

**STRATEGI DESIMINASI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
(DISKOMINFO) DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN
INFORMASI KEPADA MASYARAKAT
KEC. MALILI KAB. LUWU TIMUR**



Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana I.Kom
Jurusan Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar

Oleh:

RISDA WULANDARI

50700113216

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR

2018

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Risda Wulandari
Nim : 50700113216
Tempat/Tgl. Lahir : Kertoraharjo , 13 Juni 1995
Jurusan/Prodi : Ilmu Komunikasi/S1
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Alamat : Jl. Kande 3, Lr. 3 No 4
Judul : **Strategi Desiminasi Disnas Komunikasi dan Informatika
(Diskominfo) dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada
Masyarakat Kec. Malili Kab. Luwu Timur.**

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Makassar, 28 Maret 2018
Penyusun,

Risda Wulandari
Nim. 50700113216

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, "Strategi Desiminasi Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Masyarakat Kec. Malili Kab. Luwu Timur" yang disusun oleh Risda Wulandari, Nim: 50700113216, Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada Hari Rabu Tanggal 28 Maret 2018, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

Samata-Gowa, 28 Maret 2018 M
11 Rajab 1439 H

DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr. Ramsiah Tasruddin, S.Ag., M.Si
Sekertaris : Haidir Fitra Siagian, S.Sos., M.Si., Ph.D
Munaqisy I : Dr. Hj. Haniah, Lc., MA
Munaqisy II : Mudzhira Nur Amrullah, S.Sos., M.Si
Pembimbing I : Dr. Hj. Rudhiah AP, M.Si
Pembimbing II : Dra. Audah Mannan, M.Ag

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Alauddin Makassar.



Dr. H. Abd. Rasvid Masri, S.Ag., M.Pd., M.Si., M.M
19690827 199603 1 004

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah swt. yang telah melimpahkan berbagai karunia dan nikmat-Nya kepada seluruh umat manusia beserta alam jagat raya, serta salam dan shalawat senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad saw., sang pembaharu sejati dalam berbagai aspek dan sendi-sendi kehidupan. Suatu kesyukuran yang tak ternilai harganya, peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Adapun judul dari skripsi ini adalah **“Strategi Desiminasi Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Kepada Masyarakat Kec. Malili Kab. Luwu Timur”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar, walaupun karya ini sangat sederhana namun diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para pembaca dan penulis akan selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik di masa depan.

Dengan segenap jiwa dan setulus hati saya ucapkan terima kasih kepada kedua orang tuaku. Ayahanda tercinta Bustang dan Ibunda tercinta Astri, entah kata apa yang sanggup untuk mengungkapkan rasa terima kasihku kepada kalian. Rasa cintaku untuk kalian dan rasa sayangku untuk kalian yang sudah banyak memberi kasih sayang, dukungan, dan nasehat serta doa, sehingga perkuliahan dan penyusunan

skripsi ini dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih, tanpa kalian aku tak lebih berharga dari seonggok buih, terima kasih aku berjanji akan sepenuh hati dan sepenuh jiwa memenuhi semua harapan kalian, dan menjadi seperti yang kalian inginkan.

Penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat penulis laksanakan dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak yang terkait. Selesaiannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, baik dalam bentuk dorongan moril maupun materil, maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Musafir Pababbari, M.Si selaku Rektor UIN Alauddin Makassar dan Wakil Rektor I, II, III dan IV serta segenap staf Rektorat UIN Alauddin Makassar.
2. Dr. H. Abd. Rasyid Masri, S.Ag., M.Pd., M.Si., M.M selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi beserta Wakil Dekan I, II, III atas segala fasilitas yang diberikan dan senantiasa memberikan dorongan, bimbingan dan nasehat kepada penulis.
3. Dr. Ramsiah Tasruddin, S.Ag., M.Si dan Haidir Fitra Siagian, S.Sos., M.Si., Ph.D selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.
4. Dr. Hj. Radhiah, AP, M.Si dan Dra. Audah Mannan, M.Ag selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Dr. Hj. Haniah, Lc., MA dan Mudzhira Nur Amrullah, S.Sos., M.Si selaku Munaqisy I dan Munaqisy II yang telah memberikan arahan dan kritikan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Dosen, serta pegawai dalam lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar yang telah membantu penulis dalam menjalani masa studi.
7. Semua pihak di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika yang telah membantu memberikan informasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Sahabat saya, Murni Hidayati, Riyandari Astuti, Hamriana, Desak Made Raiani, Rosida Ibrahim, serta seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2013 dan rekan seperjuangan yang tidak sempat saya sebutkan satu persatu namanya atas segala dukungan dan bantuannya. Semoga semua bantuannya bernilai ibadah disisi Allah SWT, juga untuk semua yang telah hadir dalam sisi kehidupanku kemarin. Semoga kita mampu menjadi hamba yang bijak, yang mengerti arti diri dan posisi kita diantara hamba yang lain.
9. Untuk saudara-saudara saya Rusdi dan Riska terima kasih selama ini mau membantu segala urusan dalam perkuliahan.
10. Kepada Ibu Kost saya yang telah menganggap saya sebagai anak sendiri saya mengucapkan terima kasih karena selalu memberi saya motivasi sampai sekarang.

Akhirnya hanya kepada Allah jualah penulis serahkan segalanya. Semoga semua pihak yang banyak membantu penulis mendapat pahala dari Allah SWT, serta

semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang khususnya bagi penulis sendiri.

Wassalamu Alaikum Wr.Wb.

Samata-Gowa, 28 Maret 2018

Risda Wulandari

Nim : 50700113216



DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus.....	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Kajian Pustaka/Penelitian Terdahulu	12
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	14
BAB II TINJAUAN TEORETIS	
A. Konsep Dasar Komunikasi	15
B. Hubungan Masyarakat	25
C. Pelayanan Informasi Publik	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Lokasi Penelitian	44
B. Pendekatan Penelitian	44
C. Sumber Data	45
D. Metode Pengumpulan Data	46
E. Instrumen Penelitian	48
F. Analisis Data	48

**BAB IV STRATEGI DESIMINASI DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
(DISKOMINFO DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN INFORMASI
KEPADA MASYARAKAT KE. MALILI KAB. LUWU TIMUR**

A. Sejarah Singkat Diskominfo Kab. Luwu Timur	51
B. Strategi Diskominfo dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Kepada Masyarakat	68
C. Kendala yang Dihadapi Diskominfo dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Kepada Masyarakat	76

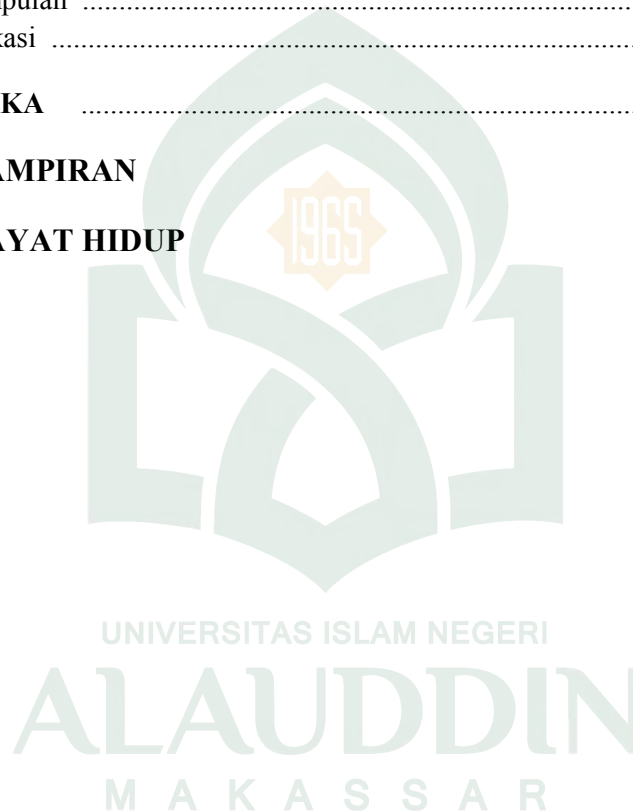
BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	79
B. Implikasi	79

DAFTAR PUSTAKA	81
-----------------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel	1.1. Tabel Perbandingan Penelitian	13
Tabel	3.1. Daftar Informan	45
Gambar	4.1. Pemberian Beasiswa	69
Gambar	4.2. Proyek Pembangunan Jalan	72



PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	I	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

B. Vocal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِيْ	<i>fathah</i> dan <i>ya</i>	ai	a dan i
اَوْ	<i>fathah</i> dan <i>wau</i>	au	adan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلٌ : *haula*

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... آ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	ā	a dan garis di atas
إِ	<i>kasrah</i> dan <i>ya</i>	ī	i dan garis di atas
أُ	<i>dammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

D. Ta' marbutah

Transliterasi untuk *tā' marbutah* ada dua, yaitu: *tā' marbutah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan

ta' marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fādilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*



ABSTRAK

Nama : Risda Wulandari
Nim : 50700113216
Judul : Strategi Desiminasi Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Kepada Masyarakat Kec. Malili Kab. Luwu Timur

Skripsi ini membahas tentang strategi desiminasi dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat, serta kendala apa saja yang dihadapi Diskominfo dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat di Kec. Malili Kab. Luwu Timur. Untuk membahas masalah tersebut, disusun beberapa rumusan masalah yakni: bagaimana strategi desiminasi Diskominfo dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat di Kec. Malili Kab. Luwu Timur dan kendala apa saja yang dihadapi Diskominfo dalam meningkatkan pelayanan informasi pada masyarakat di Kec. Malili Kab. Luwu timur.

Jenis penelitian ini deskriptif kualitatif. Pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan komunikasi khususnya komunikasi organisasi. Kemudian teknik pengolahan dan analisis data dilakukan dengan tiga tahapan yaitu: reduksi data, penyajian data (*display data*), dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat, pihak Diskominfo menggunakan berbagai macam strategi, yang pertama berkerjasama dengan berbagai macam media cetak dan media online lalu merangkul mereka sebagai media partner, yang kedua penyebaran informasi dalam bentuk videotron yang ada dalam bentuk videografis, fotografis, dan lain-lainya. Sedangkan kendala kendala yang dihadapi Diskominfo yaitu kurangnya tenaga kerja yang ahli dalam bidang informasi dan komunikasi publik, tidak cukupnya sarana dan prasarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Implikasi dari hasil penelitian ini di harapkan agar pihak Diskominfo dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat demi terciptanya hubungan yang baik antara masyarakat dengan pihak Diskominfo.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Diseminasi (Bahasa Inggris: Dissemination) adalah suatu kegiatan yang ditujukan kepada kelompok target atau individu agar mereka memperoleh informasi, timbul kesadaran, menerima, dan akhirnya memanfaatkan informasi tersebut. Diseminasi merupakan tindak inovasi yang disusun dan disebarannya berdasarkan sebuah perencanaan yang matang dengan pandangan jauh ke depan baik melalui diskusi atau forum lainnya yang sengaja diprogramkan, sehingga terdapat kesepakatan untuk melaksanakan inovasi.

Diseminasi adalah proses penyebaran inovasi yang direncanakan, diarahkan, dan dikelola. Hal ini berbeda dengan difusi yang merupakan alur komunikasi spontan. Sehingga terjadi saling tukar informasi dan akhirnya terjadi kesamaan pendapat antara tentang inovasi tersebut.

Perubahan dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang cepat dan dinamika sosial dan politik seakan mempengaruhi pilihan strategi komunikasi dan diseminasi informasi publik. Hal ini menjadi tantangan sekaligus catatan bagi pejabat publik dan humas pemerintah untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan dan perubahan tersebut.

Konteks strategi komunikasi dan diseminasi informasi publik, prinsip komunikasi adalah tercapai common interest, yakni bagaimana kepentingan

pemerintah dan masyarakat ‘bertemu’. Untuk itu, ada beberapa langkah yang harus diperhatikan. Pertama, menentukan dan memahami tujuan. Kedua, mengidentifikasi pesan inti atau kunci (key messages) yang akan dikomunikasikan. Ketiga, memahami target audience: siapa saja yang terlibat, siapa yang dipengaruhi, siapa yang tertarik? Informasi apa yang mereka butuhkan? Bagaimana reaksi mereka? Apa konsern atau minat mereka? Keempat, menentukan media yang paling efektif. Kelima, memotivasi audiens untuk memberi tanggapan atau masukan. Keenam, frekuensi penyampaian pesan. Ketujuh, memperhitungkan dampak, baik negatif ataupun positif. Dalam hal ini, ukuran sukses sebuah program komunikasi yaitu pesan yang sampai saja, tidak cukup. Perlu evaluasi, sejauh mana audiens memahami dengan baik pesan kunci dan menganalisis apakah semua strategi sesuai dengan persoalan yang dihadapi atau alasan komunikasi

Sebagai makhluk sosial, komunikasi tidak akan pernah lepas dari kehidupan manusia pada umumnya. Komunikasi menjadikan manusia yang tadinya tidak tahu menjadi tahu, yang akhirnya akan mengerti dan memahami pesan yang telah disampaikan agar dapat menghasilkan *feedback*, yaitu adanya interaksi.

Pentingnya strategi komunikasi menjadi faktor penentu dalam keberhasilan apa yang ingin disampaikan atau apa yang menjadi tujuan. Kebijakan maupun program-program yang dimiliki oleh instansi pemerintahan harus terealisasi dengan baik sehingga bisa sampai dan diketahui oleh masyarakat. Maka dari itu pemerintah harus menyusun strategi agar tujuan tersebut bisa tercapai.

Informasi sejatinya sangat berguna bagi manusia untuk kelanjutan hidupnya. Karena dengan informasi, manusia mampu meraih peluang lebih banyak, muncul kesempatan baru yang layak untuk di coba. Berbicara mengenai informasi itu sendiri, harus di sadari bahwa informasi terbagi kepada informasi yang positif (bermanfaat) dan informasi yang negatif (tidak memiliki nilai yang bermanfaat). Informasi positif menjadi penting untuk di dapatkannya, karena dengan itulah input yang akan masuk ke dalam pikiran diharapkan mampu meningkatkan kualitas kehidupan sebagai manusia. Namun berbeda halnya dengan informasi yang negatif, harus ada keseriusan yang berarti untuk berupaya mencegahnya. Perkara dalam kehidupan sehari-hari yang sering ditemui ialah cukup banyak manusia yang terpaksa ketinggalan informasi.

Proses penyampaian informasi secara terbuka oleh suatu badan public tentu tidak terlepas dari aktivitas komunikasi. Aktivitas komunikasi dapat ditinjau dari bagaimana informasi tersebut disampaikan dengan suatu cara tertentu hingga dapat diterima dengan baik oleh publik secara mudah, cepat dan tepat. Namun informasi tersebut tidak akan bisa berjalan dengan baik apabila proses komunikasi yang dilakukan kurang dan juga tidak efektif. Komunikasi menjadi elemen yang paling penting dalam proses sosialisasi dalam masyarakat. Proses sosialisasi berkaitan dengan masyarakat, dimana terjadi interaksi sosial dari setiap individu maupun kelompok

Unsur komunikasi dalam proses keterbukaan informasi membuat pihak yang memiliki wewenang untuk menjalankan aktivitas komunikasi secara strategis dalam

suatu badan publik menjadi pelaksana Keterbukaan Informasi Publik. Hal tersebut juga dijelaskan pada Pasal 21 Peraturan Pemerintah Nomor 61 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan UU No. 14 Tahun 2008, yang menyebutkan bahwa unit di bidang informasi, komunikasi dan/atau kehumasan akan diberi tanggung jawab untuk melaksanakan keterbukaan informasi dalam suatu badan publik.¹

Sebagai media pengembangan informasi di Luwu Timur merupakan tugas pokok dari Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo). Dinas komunikasi dan informasi mempunyai tugas pokok yaitu: merumuskan, membina, dan mengendalikan kebijakan di bidang komunikasi dan informasi, meliputi, pengembangan informasi, aplikasi dan telematik, pendayagunaan media, pemberdayaan kelembagaan serta pos dan telekomunikasi.

Kegiatan kehumasan pada setiap lembaga pemerintah merupakan hal yang sangat penting dalam rangka penyebaran aktivitas instansi secara internal dan eksternal. Hubungan masyarakat merupakan suatu cara memperlancar jalannya interaksi serta penyebaran informasi melalui media.

Hubungan masyarakat mempunyai ruang lingkup kegiatan yang menyangkut banyak manusia (publik, masyarakat, khalayak), baik di dalam (publik intern) dan diluar (publik ekstern). Humas sebagai komunikator mempunyai fungsi ganda yaitu keluar memberikan informasi kepada khalayak dan kedalam menyerap reaksi dari

¹ Yunizhar Khairunnisa “*Strategi Publik Relation PT. Telkom Indonesia TBK di Makassar dalam Menjaga Citra Perusahaan*”, Skripsi (Makassar, Jurusan Ilmu Komunikasi di UIN Alauddin Makassar, 2016)

khalayak. Organisasi atau lembaga mempunyai tujuan dan berkehendak untuk mencapai tujuan itu.²

Untuk itu sangat diperlukan penyampain pesan yang baik, dan humas harus mampu memfasilitasinya dengan menjalankan fungsi mediasi dan publisitas. Perbedaan utama antara aktivitas kehumasan yang terdapat di instansi pemerintah dan lembaga nonpemerintah. Pada instansi pemerintah tidak ada sesuatu yang diperjualbelikan atau transaksi terjadi, baik berbentuk produk barang maupun jasa pelayanan yang ditawarkan kepada publik secara komersil. Tetapi aktivitas kehumasan pada instansi pemerintah melaksanakan kegiatan seperti: kampanye publikasi, promosi dan periklanan yang lebih menekankan pada bentuk *publik service* atau *publik utilities* demi kepentingan pelayanan umum/masyarakat. Sedangkan aktivitas kehumasan pada lembaga nonpemerintah fokus pada peningkatan profit pada perusahaan.³

Pelaksanaan tugas pemerintah saat ini, semakin disadari betapa pentingnya peranan kegiatan kehumasan. Sebab suksesnya tugas dan program pemerintah saat ini tidak hanya ditentukan oleh tercapainya program yang telah ditetapkan, tetapi juga ditentukan oleh faktor seberapa jauh masyarakat mengetahui perkembangan pelaksanaan tugas dan program pemerintah tersebut dan ikut serta dalam pelaksanaannya.

²H.A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h. 2

³ Onong Uchjana Effendy, *Hubungan Masyarakat: Suatu Study Komunilogis*, (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 2006), h. 38

Kegiatan kehumasan di suatu lembaga atau instansi pemerintah merupakan hal yang sangat penting. Departemen kehumasan harus mampu bertindak sebagai *publik information, publik affair* dalam upaya menyebarluaskan atau mempublikasikan kegiatan dan program kerja pembangunan pada suatu instansi baik ditujukan kepada publik internal maupun publik eksternal (masyarakat).

Kegiatan kehumasan pemerintah dapat merupakan bagian dari suatu alat atau saluran instansi pemerintah, yaitu dengan memperlancar proses interaksi positif dan menyebarluaskan informasi mengenai publikasi pembangunan nasional.

Berbicara mengenai pelayanan informasi yang ada di Malili kepada masyarakat kurang memuaskan karena kurangnya fasilitas komputer, dan kurangnya tenaga kerja yang ahli dibidang informasi dan komunikasi publik, sehingga menyebabkan masyarakat banyak ketinggalan informasi yang seharusnya bisa disampaikan oleh pihak Diskominfo. Dalam hal ini Humas dan pihak Diskominfo harus pandai-pandai melakukan strategi dalam hal menyampaikan informasi kepada masyarakat agar informasi yang yang diperoleh Humas atau pihak Diskominfo bisa tersampaikan kepada masyarakat dengan baik.

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, tetapi harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya

Sebagaimana yang kita ketahui humas bertujuan untuk menegaskan dan mengembangkan suatu “citra yang menguntungkan” bagi organisasi atau perusahaan, atau produk barang dan jasa terhadap para stakeholdernya sasaran yang terkait yaitu publik internal dan publik eksternal. Adapun tahap-tahap kegiatan strategi humas:

1. Komponen sasaran, umumnya adalah stakeholder dan publik yang mempunyai kepentingan yang sama. Sasaran umum tersebut secara struktural dan formal yang dipersempit melalui upaya segmentasi yang dilandasi “seberapa jauh sasaran itu menyangkut opini bersama, potensi, polemik, dan pengaruhnya bagi masa depan organisasi, lembaga, nama perusahaan dan produk yang menjadi perhatian sasaran khusus”. Maksud sasaran khusus disini adalah yang disebut publik sasaran (target publik).
2. Komponen sasaran yang pada strategi humas berfungsi untuk mengarahkan ketiga kemungkinan tersebut kearah posisi atau dimensi yang menguntungkan.

Humas berfungsi menciptakan iklim yang kondusif dan mengembangkan tanggung jawab serta partisipasi antara pejabat humas dan masyarakat (khalayak sebagai sasaran) untuk mewujudkan tujuan bersama.

Fungsi tersebut dapat diwujudkan melalui beberapa aspek-aspek pendekatan atau strategi humas :

1. Strategi Operasional Melalui pelaksanaan program humas yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan, melalui mekanisme sosial cultural dan

nilai-nilai yang berlaku dimasyarakat dari opini publik atau kehendak masyarakat. Artinya humas mutlak bersikap atau berkemampuan untuk mendengar, dan bukan sekedar mendengar mengenai aspirasi yang ada didalam masyarakat yang dianut.

2. Pendekatan Persuasive dan Edukatif Fungsi humas adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbal balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan lain sebagainya.
3. Pendekatan Tanggung Jawab Sosial Humas Menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditunjukan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sasaran (masyarakat), namun untuk memperoleh keuntungan bersama.
4. Pendekatan kerja sama Berupa membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan kedalam (internal relations) maupun hubungan keluar (eksternal relations) untuk meningkatkan kerja sama. Humas berkewajiban memasyarakatkan misi instansi yang diwakilinya agar diterima dan mendapat dukungan dari masyarakat, dan untuk memperoleh opini publik serta perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak (mutual understanding).

Melalui unit atau program kerja kehumasan, pemerintah dapat melaksanakan penyampaian informasi pembangunan, penjelasan mengenai kebijaksanaan atau tindakan tertentu serta kegiatan-kegiatan dalam melaksanakan kewajiban atau tugas dinas pemerintah. Peran humas lembaga Pemerintah dalam melaksanakan tugas atau kewajiban utamanya yaitu:

1. Mengamati dan mempelajari keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat.
2. Kegiatan untuk memberikan nasehat atau sumbang saran dalam menanggapi apa yang sebaiknya dapat dilakukan lembaga pemerintah seperti yang dikehendaki oleh publiknya.
3. Kegiatan untuk mengusahakan terciptanya hubungan baik antara publik dengan para pejabat pemerintah.
4. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh pemerintah.⁴

Sekarang ini begitu banyak sumber-sumber informasi yang mudah kita jumpai baik melalui media cetak, elektronik, maupun media online. Sangat diharapkan keberadaan Dinas Komunikasi dan Informasi (Diskominfo) Luwu Timur menjadi lembaga yang dapat mewadahi masyarakat Luwu Timur dalam hal pelayanan informasi.

⁴ Rosady Ruslan, *Etika Kehumasan, Konsepsi dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 107-108

Sayangnya masih ada 65% masyarakat yang mengeluhkan bahkan mengaku tidak pernah memperoleh informasi yang langsung disampaikan oleh pihak dinas Kominfo, bukan hanya masyarakat yang mengeluhkan itu namun media pun juga mengeluh atas pelayanan Diskominfo yang kurang mempublikasikan informasinya kepada khalayak.⁵

Untuk itu sangat diperlukan penyampai pesan yang baik, humas harus mampu memfasilitasinya dengan menjalankan fungsi mediasi dan publisitas. Atas dasar tersebut sehingga penulis tertarik untuk meneliti “Strategi Desiminasi Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Kepada Masyarakat Kec. Malili Kab. Luwu Timur”.

B. Fokus Penelitian dan Deskripsi Fokus

1. Fokus Penelitian

Penelitian ini berjudul “Strategi Desiminasi Diskominfo dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Kepada Masyarakat Kec. Malili di Kab. Luwu Timur”. Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif, maka penelitian ini difokuskan pada Strategi Desiminasi Diskominfo di Luwu Timur.

⁵ Zakir, Pegawai Dinas Komunikasi dan Informatika Luwu Timur, “wawancara” oleh penulis, Dinas Komunikasi Luwu Timur, 15 Februari 2017

2. Deskripsi Fokus

Berdasarkan pada fokus penelitian dari judul tersebut diatas, dapat dideskripsikan berdasarkan substansi suatu permasalahan oleh karena itu penulis memberikan deskripsi fokus sebagai berikut :

a. Desiminasi

Desiminasi adalah suatu kegiatan yang ditujukan kepada kelompok target atau individu agar mereka memperoleh informasi, timbul kesadaran, menerima, dan akhirnya memanfaatkan informasi tersebut. Diseminasi adalah proses penyebaran inovasi yang direncanakan, diarahkan, dan dikelola.

b. Pelayanan Informasi

Pelayanan informasi yaitu rangkaian kegiatan penyampaian berbagai informasi kepada sasaran layanan agar individu dapat mengolah dan memanfaatkan informasi tersebut demi kepentingan hidup dan perkembangannya.

C. Rumusan Masalah

Bedasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti mengangkat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi desiminasi Diskominfo dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat di Kec. Malili Kab. Luwu Timur?

2. Kendala apa saja yang dihadapi Diskominfo dalam meningkatkan pelayanan informasi pada masyarakat di Kec. Malil Kab. Luwu Timur?

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang berkaitan tentang Kehumasan di Diskominfo yaitu :

1. Muh. Nurqadri Jamal, mahasiswa jurusan ilmu komunikasi fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar dengan hasil penelitian tentang “Aktivitas Publik Relations PT Telekomunikasi Indonesia Divisi Reg VII KTI dalam Membangun Citra Positif”. Hasil penelitian Publik Relation dalam melakukan aktivitas ke PR-nya, melakukan dua proses pencitraan, yaitu yang pertama *corporate image*, di mana diantaranya melakukan kunjungan kelembagaan yang terkait dengan partner Telkom sebagai apresiasi dengan perusahaan dengan cara membawa souvenir karangan bunga, mensponsori *event-event*, di beberapa area KTI, mengevaluasi pemberitaan di Media yaitu dengan cara pembuatan klip berita untuk melakukan evaluasi.
2. Nining Nurhatiyah, Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan judul penelitian yang diangkat adalah “Aktivitas Komunikasi Eksternal Relation dalam program Corporate Responsibility (CSR) PT. VALE Indonesia di Luwu Timur”, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana aktivitas komunikasi *eksternal relations* PT. VALE Indonesia Tbk terhadap masyarakat dalam program CSR

di Luwu Timur. Sedangkan penelitian ini membahas bagaimana peran Diskominfo di Luwu Timur. Adapun perbedaan antara penelitian terdahulu diatas dengan penelitian ini adalah penelitian oleh Nining Nurhatiyah yang fokus pada Komunikasi Eksternal Relation dalam program CSR, sedangkan penulis kali ini akan memfokuskan penelitian pada strategi desiminasi pada Dinas Komunikasi dan Informatika di Luwu Timur dalam meningkatkan pelayanan informasi masyarakat.

Tabel 1.1
Tabel Perbandingan Penelitian

No	Nama	Judul Penelitian	Metode	Penelitian Sebelumnya
1	Muh. Nurqadri Jamal	Aktivitas Publik Relation PT Telekomunikasi Indonesia Divisi Reg VII KTI dalam Membangun Citra Positif	Metode Kualitatif	Penelitian ini focus pada bagaimana PR menjaga citranya atau image pada patnernya dan pada pelanggan Telekomunikasi Indonesia.
2	Nining Nurhayati	Aktivitas Komunikasi Eksternal Relation dalam Program Corporate Responsibility (CSR) PT. VALE Indonesia di Luwu Timur	Metode Kualitatif	Penelitian ini focus pada komunikasi Eksternal Relation dalam program CSR.

3	Risda Wulandari	Strategi Desiminasi Diskominfo dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Kepada Masyarakat Kec. Malili Kab. Luwu Timur	Metode Kualitatif	Sedangkan penulis kali ini memfokuskan penelitian pada Strategi Desiminasi Diskominfo di Luwu Timur dalam meningkatkan pelayanan informasi masyarakat
---	-----------------	---	-------------------	---

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui strategi Diskominfo dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat.
- b. Untuk mengetahui kendala yang di alami Diskominfo dalam meningkatkan pelayanan informasi terhadap masyarakat Kec. Malili Kab. Luwu Timur.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Memperkaya penelitian tentang strategi Diskominfo dalam meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.
- b. Menjadi literatur dan landasan penelitian selanjutnya yang ingin meneliti tentang strategi Diskominfo.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. Konsep Dasar Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gesture tubuh, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi nonverbal.

Komunikasi atau *communicaton* berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti 'sama'. *Communico*, *communicatio* atau *communicare* yang berarti membuat sama (*make to common*). Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan. Oleh sebab itu, komunikasi bergantung pada kemampuan kita untuk dapat memahami satu dengan yang lainnya (*communication depends on our ability to understand one another*).

Komponen komunikasi adalah hal-hal yang harus ada agar komunikasi bisa berlangsung dengan baik. Menurut Laswell komponen-komponen komunikasi adalah:

- a. Pengirim atau komunikator (*sender*) adalah pihak yang mengirimkan pesan kepada pihak lain.

- b. Pesan (*message*) adalah isi atau maksud yang akan disampaikan oleh satu pihak kepada pihak lain.
- c. Saluran (*channel*) adalah media di mana pesan disampaikan kepada komunikan. dalam komunikasi antar-pribadi (tatap muka) saluran dapat berupa udara yang mengalirkan getaran nada/suara.
- d. Penerima atau komunike (*receiver*) adalah pihak yang menerima pesan dari pihak lain
- e. Umpan balik (*feedback*) adalah tanggapan dari penerimaan pesan atas isi pesan yang disampaikannya.
- f. Aturan yang disepakati para pelaku komunikasi tentang bagaimana komunikasi itu akan dijalankan ("Protokol")

Dari berbagai model komunikasi yang sudah ada, di sini akan dibahas tiga model paling utama, serta akan dibicarakan pendekatan yang mendasarinya dan bagaimana komunikasi dikonseptualisasikan dalam perkembangannya.

- a. Model komunikasi linear ini dikemukakan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver pada tahun 1949 dalam buku *The Mathematical of Communication*. Mereka mendeskripsikan komunikasi sebagai proses linear karena tertarik pada teknologi radio dan telepon dan ingin mengembangkan suatu model yang dapat menjelaskan bagaimana informasi melewati berbagai saluran (*channel*). Hasilnya adalah konseptualisasi dari komunikasi linear (*linear communication model*). Pendekatan ini terdiri atas beberapa elemen kunci:

sumber (*source*), pesan (*message*) dan penerima (*receiver*). Model linear berasumsi bahwa seseorang hanyalah pengirim atau penerima. Tentu saja hal ini merupakan pandangan yang sangat sempit terhadap partisipan-partisipan dalam proses komunikasi. Suatu konsep penting dalam model ini adalah gangguan (*noise*), yakni setiap rangsangan tambahan dan tidak dikehendaki yang dapat mengganggu kecermatan pesan yang disampaikan. Gangguan ini selalu ada dalam saluran bersama sebuah pesan yang diterima oleh penerima.

- b. Model Interaksional dikembangkan oleh Wilbur Schramm pada tahun 1954 yang menekankan pada proses komunikasi dua arah di antara para komunikator. Dengan kata lain, komunikasi berlangsung dua arah: dari pengirim dan kepada penerima dan dari penerima kepada pengirim. Proses melingkar ini menunjukkan bahwa komunikasi selalu berlangsung. Para peserta komunikasi menurut model interaksional adalah orang-orang yang mengembangkan potensi manusiawinya melalui interaksi sosial, tepatnya melalui pengambilan peran orang lain. Patut dicatat bahwa model ini menempatkan sumber dan penerima mempunyai kedudukan yang sederajat. Satu elemen yang penting bagi model interaksional adalah umpan balik (*feedback*), atau tanggapan terhadap suatu pesan.
- c. Model Transaksional dikembangkan oleh Barnlund pada tahun 1970. Model ini menggarisbawahi pengiriman dan penerimaan pesan yang berlangsung secara terus-menerus dalam sebuah episode komunikasi. Komunikasi bersifat

transaksional adalah proses kooperatif: pengirim dan penerima sama-sama bertanggungjawab terhadap dampak dan efektivitas komunikasi yang terjadi. Model transaksional berasumsi bahwa saat kita terus-menerus mengirimkan dan menerima pesan, kita berurusan baik dengan elemen verbal dan nonverbal. Dengan kata lain, peserta komunikasi (komunikator) melakukan proses negosiasi makna.

Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi diantaranya:

- a. Latar Belakang Budaya
- b. Ikatan Kelompok atau Group
- c. Harapan
- d. Pendidikan, dan
- e. Situasi

1. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi menurut persepsi Goldhaber (1986) yaitu “*organizational communication is the process of creating and exchanging messages within a network of interdependent relationship to cope with environmental uncertainty*”. Atau dengan kata lain komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Definisi ini mengandung tujuh konsep kunci yaitu proses, jaringan, saling tergantung, hubungan, lingkungan, dan ketidakpastian.¹ Masing-masing dari konsep ini akan dijelaskan satu persatu di bawah ini:

- a. Proses

Suatu organisasi adalah suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan saling menukar pesan di antara anggotanya. Karena gejala menciptakan

¹Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h. 67

dan menukar informasi ini berjalan terus-menerus dan tidak ada henti-hentinya maka dikatakan sebagai suatu proses

b. Pesan

Pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang.

Dalam komunikasi organisasi kita mempelajari ciptaan dan pertukaran pesan dalam seluruh organisasi. Pesan dalam organisasi ini dapat dilihat menurut beberapa klasifikasi, yang berhubungan dengan bahasa, penerima yang dimaksud, metode difusi dan arus tujuan dari pesan.

Pengklasifikasian pesan menurut bahasa dapat pula dibedakan atas pesan verbal dan non verbal. Pesan verbal dalam organisasi misalnya seperti surat, memo, pidato, percakapan. Sedangkan pesan nonverbal dalam organisasi terutama sekali yang tidak diucapkan atau tidak di tulis seperti bahasa gerakan badan, sentuhan, nada suara, ekspresi wajah dan sebagainya.

c. Jaringan

Suatu jaringan komunikasi ini mungkin mencakup hanya dua orang, beberapa orang, atau keseluruhan organisasi. Hakikat dan luas dari jaringan ini dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain, hubungan peranan, arah dan arus pesan, hakikat seri dari arus pesan, dan isi dari pesan.

d. Keadaan Saling Tergantung

Konsep kunci komunikasi organisasi keempat adalah keadaan yang saling tergantung dari satu bagian dengan bagian yang lainnya. Hal ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka. Bila dari suatu bagian organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh kepada bagian lainnya dan mungkin juga kepada seluruh sistem organisasi.

e. Hubungan

Karena organisasi merupakan suatu sistem terbuka, sistem kehidupan social maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia. Oleh karena itu hubungan manusia dalam organisasi yang memfokuskan kepada tingkah laku komunikasi dari orang yang terlibat dalam suatu hubungan perlu di pelajari. Sikap, skil, moral, dari seorang pengawas misalnya mempengaruhi dan dipengaruhi oleh hubungan yang bersifat organisasi.

f. Lingkungan

Lingkungan adalah semua totalitas yang secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Lingkungan ini dapat dibedakan atas lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Yang termasuk lingkungan internal adalah personalia (karyawan), staf, golongan, fungsional dari organisasi, dan komponen organisasi lainnya seperti tujuan, produk, dan sebagainya. Sedangkan lingkungan eksternal dari organisasi adalah langganan, leveransir, saingan, dan teknologi.

g. Ketidakpastian

Ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Misalnya suatu organisasi memerlukan informasi mengenai aturan pemerintah yang berpengaruh kepada produksi barang-barangnya. Ketidakpastian dalam suatu organisasi juga disebabkan oleh terlalu banyaknya informasi yang diterima dari pada yang sesungguhnya diperlukan untuk menghadapi lingkungan mereka.²

2. Teori Informasi Organisasi (*Karl Weick*)

Teori informasi organisasi memiliki kedudukan penting dalam ilmu komunikasi karena menggunakan komunikasi sebagai dasar atau basis bagaimana mengatur atau mengorganisasi manusia dan memberikan pemikiran rasional dalam memahami bagaimana manusia berorganisasi. Menurut teori ini, organisasi bukanlah struktur yang terdiri atas sejumlah posisi dan peran, tetapi merupakan kegiatan komunikasi sehingga sebutan yang lebih tepat sebenarnya adalah *organizing* atau mengorganisasi (yang menunjukkan proses) dari pada *organization* atau organisasi³, karena organisasi adalah sesuatu yang ingin dicapai melalui proses komunikasi yang berkelanjutan.

Fokus dari teori informasi organisasi adalah komunikasi informasi, yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu organisasi. Sangatlah jarang satu orang atau satu bagian pada perusahaan memiliki seluruh informasi yang

²Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, h. 68-74

³Morissan, *Teori Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), h.32

dibutuhkan berasal dari berbagai sumber. Namun demikian, tugas mengelola atau memproses informasi tidaklah sekedar bagaimana memperoleh informasi, bagian tersulit adalah bagaimana memahami informasi dan mendistribusikan informasi yang diterima itu dalam organisasi.

Terdapat dua teori yang berpengaruh pada teori informasi organisasi, yaitu:

a. Teori Sistem

Karl Weick menggunakan teori sistem (*general system theory*) untuk menjelaskan pengaruh informasi yang berasal dari luar organisasi ke dalam internal organisasi dan sebaliknya, untuk memahami bagaimana organisasi mempengaruhi lingkungan eksternalnya. Teori sistem juga digunakan Karl Weick untuk mempelajari bagaimana organisasi mengelola informasi.⁴

Komponen penting dalam teori sistem untuk memahami organisasi dalam organisasi adalah umpan balik (*feedback*), yaitu informasi yang diterima organisasi. Informasi yang diterima dapat dipandang sebagai positif atau negatif.

b. Teori Evolusi Sosiokultural

Perspektif kedua yang digunakan untuk menjelaskan proses yang dilakukan organisasi dalam mengumpulkan dan memahami informasi adalah teori evolusi sosiokultural. Teori evolusi sosiokultural membahas mengenai perubahan yang dilakukan manusia di dalam perilaku sosial mereka dan harapan untuk melakukan adaptasi terhadap perubahan lingkungan sosial mereka. Proses demikian melibatkan tiga tahap: orang mengetahui adanya perbedaan atau

⁴Morissan, *Teori Komunikasi Organisasi*, h. 33

variasi dalam norma-norma bagi perilaku yang mereka harapkan dan harapan orang atau pihak-pihak lain terhadap perilaku mereka.

Karl Weick mengadopsi teori evolusi sosiokultural untuk menjelaskan proses yang harus dijalani organisasi untuk dapat menyesuaikan diri terhadap tekanan dari berbagai informasi yang diterima organisasi.⁵

3. Hubungan Komunikasi dengan Hubungan masyarakat

Kegiatan hubungan masyarakat pada hakikatnya adalah kegiatan komunikasi. Tetapi berbeda dengan kegiatan komunikasi lainnya, kegiatan komunikasi dalam hubungan masyarakat mempunyai ciri-ciri tertentu, disebabkan karena punya fungsi, sifat organisasi dari lembaga hubungan masyarakat itu berada dan berlangsung, sifat-sifat manusia yang terlibat, terutama public yang menjadi sasaran, factor-faktor eksternal yang mempengaruhi dan sebagainya yang bersifat khas. Ciri hakiki dalam hubungan masyarakat adalah yang bersifat timbal-balik (*two-way traffic*). Komunikasi yang bersifat timbal-balik ini sangat penting dan mutlak harus ada dalam kegiatan hubungan masyarakat dan terciptanya *feedback* merupakan prinsip pokok dalam hubungan masyarakat.⁶

Kehumasan senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak, yakni berupa perubahan yang positif. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kunci sukses humas adalah melalui komunikasi. Artinya,

⁵Morissan, *Teori Komunikasi Organisasi*, h. 33-35

⁶<https://fitrianimaduddin.wordpress.com/2010/01/06/komunikasi-dan-hubungan-masyarakat/>
di akses pada tanggal 16/2/2017

keberhasilan humas untuk mencapai tujuannya bergantung kepada sejauh mana humas itu dapat menjalin hubungan yang baik dengan masyarakatnya, baik khalayak internal maupun eksternal.

Misi yang diemban oleh humas yakni memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan kebijaksanaan, kegiatan dan tindakan organisasi/ perusahaan. Pelayanan informasi tersebut hanya dapat dilaksanakan melalui komunikasi.

Kunci sukses suatu komunikasi, dalam hal ini komunikasi dalam hubungan masyarakat, sangat tergantung pada pelaksanaan komunikasi yang efektif. Dalam kaitan dengan prinsip komunikasi yang efektif, hal-hal yang diperhatikan adalah:

1. jenis publik (khalayak) yang menjadi sasaran
2. susunan pesan bagaimana yang paling tepat dan mudah dipahami
3. saluran apa yang paling sesuai dengan sifat public yang dituju

Demi efektifnya komunikasi, maka pengetahuan secara terperinci tentang public yang dituju sangat penting. Ini berarti, sifat dan ciri public yang dituju didalam kegiatan hubungan masyarakat haruslah diketahui. *“The more carefully oer difine various publics, the more ways of reaching and influencing them one will discover”* (semakin teliti orang menentukan khalayak yang dituju, semakin banyak diemukan cara-cara untuk mendekati dan mempengaruhinya). Karena itu meskipun penelitian mengenai khalayak (*audience research*) cukup mahal biayanya, tapi itu harus dilakukan demi diperolehnya cara dan teknik untuk mempengaruhinya.

B. Hubungan Masyarakat (Humas)

1. Definisi Humas

Hubungan masyarakat merupakan kegiatan melaksanakan hubungan dengan publik di luar dan di dalam organisasi dengan jalan komunikasi. Sudah tentu komunikasi yang dilakukan tidak sembarang, melainkan dengan cara-cara disertai seni-seni komunikasi tertentu yang merupakan objek studi ilmu komunikasi. Yang terpenting dalam pengertian ini adalah bahwa humas merupakan tugas semua pimpinan organisasi, apakah organisasi itu jawatan, perusahaan, dan sebagainya, yang memiliki *publik intern* dan *publik ekstern* sebagai sasaran kegiatan.⁷

Webster's New Word Dictionary mendefinisikan humas sebagai hubungan dengan masyarakat luas, seperti melalui publisitas, khususnya fungsi-fungsi korporasi, organisasi, dan sebagainya yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan opini publik dan citra yang menyenangkan untuk dirinya sendiri.⁸ Humas disebut juga *Public Relations (purel)*, dengan ruang lingkup (*scope*) kegiatan yang menyangkut baik individu kedalam maupun individu keluar dan semua kegiatan diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing lembaga atau organisasi.⁹

Hubungan masyarakat merupakan fungsi manajemen untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci, mencari fakta, merencanakan, mengkomunikasikan, hingga mengevaluasi hasilnya.

⁷Onang Uchjana Effedy, *Hubungan Masyarakat: Suatu Studi Komunilogis*, (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 1998), h. 18.

⁸H. Frazier Moore, *HUMAS: Membangun Citra dengan Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya Offset, 2005), h. 6

⁹H.A.W. Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat* (Ed. Cet. VI, Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h. 53

John E. Marston dalam bukunya *Modern Publik Relations* sebagai berikut: “*Publik Relations is planned, persuasive communication designed to influence significant publik.*” Oleh karena itu, publik relations merupakan suatu bidang yang mempunyai segi perencanaan yang matang (*planned*), sama dengan bidang periklanan yang melakukan komunikasi, yaitu gabungan antara melakukan komunikasi dan sekaligus membujuk (*persuasive*)¹⁰.

Menghindari salah pengertian makna baku atau definisi dari istilah humas tersebut langsung dari kamus induk yang paling sering dijadikan acuan bagi kalangan praktis humas, menurut definisi kamus terbitan *institute of publik relations* (IPR) yakni sebuah lembaga Humas terkemuka di Inggris dan Eropa, terbitan bulan november 1987. Humas adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya¹¹.

Secara spesifik, definisi umum humas disimpulkan sebagai seni dan gabungan dari disiplin ilmu manajemen, komunikasi, psikologi, sosial dan marketing, untuk membentuk agar perusahaan atau lembaga, nama dan produknya menjadi disukai dan dapat dipercaya oleh publiknya.

Dalam hubungannya dengan target *audience* atau *stakeholder*, dikenal tiga tipe tentang apa yang disukai dan tidak disukai, yaitu sbb:

- a. Mengetahui dan menyukai Anda (*Those who know you and like you*).
- b. Mengetahui dan tidak menyukai Anda (*Those who know you and don't like you*).

¹⁰Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategis Kampanye Publik Relation* (Ed. Revisi-V, Jakarta: PT. Raja GraFindo, 2007), h. 5-6

¹¹M Linggar Anggora, *Teori dan Profesi Kehumasan* (Ed. 1, Cet. II, Jakarta: Bumi Aksara, 2001), h. 1-2

- c. Tidal dikenal maka tidak disukai (*Those who neither you nor care you*)¹².

Humas kini menjadi bagian terpenting dari gugusan manajemen organisasi. Setiap badan usaha apapun bentuknya menjadikan kegiatan kehumasan sebagai ujung tombak untuk membangun kepercayaan dimata masyarakat. Kegiatan kehumasan dinilai sangat strategis dalam memainkan opini di depan publik. Jika dilihat mengenai fungsinya, kegiatan kehumasan memiliki fungsi sangat penting sebagai upaya promosi usaha dan kegiatan pada setiap instansi/lembaga. Tujuan kegiatan kehumasan adalah pengembangan opini publik yang menyenangkan dari sebuah lembaga sosial, ekonomi, atau politik. Kegiatan kehumasan berfungsi menelusuri opini publik, yang berupa perasaan, keyakinan atau persoalan yang terjadi di tengah-tengah kehidupan publik, sehingga fungsinya menimbulkan sikap baru yang dibutuhkan dan diperlukan oleh orang/pihak lain.

Tugas Humas yang perlu diperhatikan ada beberapa hal sebagai berikut:

1. Pelaksanaan kedalam dan keluar melalui pendekatan-pendekatan informatif, edukatif, persuasif, dan dihindarkan pendekatan yang bersifat imperative dan punitif.
2. Proses komunikasi lewat kegiatan dilakukan berencana dan terus menerus yang meliputi keterampilan komunikator, pesan yang disampaikan akurat, obyektif, punya daya pengaruh yang kuat guna berhasilnya mencapai sasaran yang telah ditetapkan.¹³

Perlu diciptakan situasi dan kondisi yang dapat menumbuhkan suasana kerjasama dan kebersamaan dalam upaya melahirkan tugas-tugas pokok yang diemban oleh humas itu sendiri.

¹²<https://denybelalau.wordpress.com/2013/01/15/definisi-humas-public-relations/> di akses pada 13/2/2017

¹³H.A.W. Widjaja *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, h. 53

Di sisi lain, fungsi utama hubungan masyarakat menurut Edward L. Bernays, yaitu:

- a. Memberikan penerangan kepada masyarakat.
- b. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
- c. Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan/lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.¹⁴

Mengenai sarana atau saluran, dalam kegiatan kehumasan dapat menggunakan saluran media cetak, radio, internet, maupun televisi, sekalipun sesungguhnya melalui getok tular juga sangat efektif. Ajang komunikasi informasi akan menentukan efektif dan efisien dalam mengambil saluran itu. Selain itu, sarana humas juga bisa dilakukan mulai dengan pendekatan lobi-lobi, orasi, hingga periklanan yang dipajang di pinggir-pinggir jalan atau tempat-tempat strategis, walaupun saat ini sedikit demi sedikit sudah mulai di tinggalkan.

Humas bagi khalayak umum dimaksudkan berguna untuk mengkomunikasikan kebijakan-kebijakan yang di buat oleh pimpinan atau direktur lembaga untuk diteruskan kedalam atau keluar lembaga. Kegiatan kehumasan diharapkan mampu memperbaiki hubungan sesama pegawai dalam lembaga, sehingga mereka punya kepuasan bekerja. Sementara peran keluarnya ialah kehumasan berperan sebagai corong untuk mengetahui perkembangan dunia luar, antar komunitas, atau pemerintah.

Secara profesional, kegiatan kehumasan selaras dengan semua bidang pekerjaan. Baik usaha yang bersifat profit maupun yang non-profit, dari yang lokal

¹⁴Alo Liliweri, M.S. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna* (Jakarta: Kencana, 2011), h. 658

hingga internasional. Bahkan, dalam angkatan bersenjata (TNI) dan Kepolisian sekalipun memerlukan kegiatan kehumasan. Apalagi lembaga-lembaga formal lainnya.

Menyadari begitu pentingnya peran dan fungsinya, maka humas memiliki tanggung jawab sosial. Setiap lembaga publik semakin menyadari bahwa dirinya harus menunjang kemajuan dan kesejahteraan sosial. Lembaganya secara yudiris harus memberikan kontribusi bagi tantanan edukatif, kesejahteraan sosial, yang itu merupakan hak publik. Dengan begitu, humas berkewajiban untuk menghubungkan kewajiban sektor usaha itu kepada masyarakat. Sehingga antara masyarakat dengan lembaga saling menjalin relasi komperatif yang menguntungkan. Posisi humas dapat memediasi atau menghubungkan antara kepentingan yang saling menghasilkan kemanfaatan bagi kedua belah pihak.

2. Humas dalam Pemerintahan

Membahas tentang komunikasi dan hubungan masyarakat, Dinas komunikasi dan informatika (Diskominfo) Luwu Timur juga melaksanakan tugasnya berpusat pada komunikasi. Berarti bahwa tidak ada aktivitas tanpa ada komunikasi secara langsung maupun secara tidak langsung, verbal maupun non verbal dengan bentuk apapun, karena dengan komunikasi kita bisa menciptakan persamaan pengertian mengenai informasi, ide, pemikiran, dan sikap kita terhadap orang lain sehingga terciptanya persamaan mengenai pesan tertentu sehingga mendapatkan suatu pengertian.

Kegiatan kehumasan menempati arti penting dalam kegiatan operasional sebuah institusi, baik institusi pemerintahan maupun swasta, karena fungsi dan tugasnya sebagai *image builder* (pembangunan citra) dari sebuah institusi. Institusi yang baik dan tertanam dalam benak masyarakat adalah institusi yang mempunyai citra positif, sehingga membuat publik menaruh keyakinan pada institusi tersebut. Humas juga mempunyai tugas pokok dan fungsi sebagai jembatan antara institusi dengan publik.¹⁵

Kaitanya dengan fungsi-fungsi pemerintahan, kehumasan adalah hal yang sangat esensial dan komponen yang terintegrasi dengan pelayanan publik atau kebijakan publik. Aktivitas humas profesional akan memastikan manfaat diterima oleh warga negara yang merupakan tujuan dari kebijakan publik atau pelayanan.

Humas dituntut untuk menghadapi dan mempunyai fungsi yang beragam, tentunya dengan bersikap profesional. Bersifat profesional, yaitu berfikir secara luas, orientasi bertanggung jawab kepada masyarakat, pemahaman dan realisasi. Sehingga dari kegiatan kehumasan secara continue meminimalisasi munculnya keluhan, konflik, isu-isu dan sebagainya. Kegiatan kehumasan yang dilaksanakan dengan baik benar-benar merupakan alat yang ampuh untuk memperbaiki, mengembangkan peraturan, budaya organisasi atau perusahaan, suasana kerja yang kondusif, peka terhadap karyawan yang perlu pendekatan khusus, perlu dimotivasi dalam meningkatkan kerjanya. Itu semua menunjukkan bahwa humas berakar pola fikir

¹⁵M. Linggar Anggoro, *Teori & Profesi Kehumasan*, (Ed. 1, Cet. II, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2001), h. 62

pragmatis dan harmonis, terutama dalam meminimalkan konflik, dengan menggunakan pendekatan, komunikasi timbal balik akan sangat membantu menemukan strategi bagaimana mengatasi konflik.¹⁶

Menurut John D. Millet dalam bukunya *managemen in publik services the quest for effective performance*, yang dikutip oleh Rusady Ruslan artinya peran Humas/PR dinas instansi atau lembaga pemerintahan terdapat beberapa hal dalam melaksanakan tugas atau kewajiban utamanya, yaitu sebagai berikut:

1. Mengamati dan mempelajari keinginan-keinginan, dan aspirasi yang terdapat pada masyarakat (*learning about publik desires and aspiration*)
2. Kegiatan untuk memberikan nasehat atau sumbang saran dalam menanggapi apa yang sebaiknya dapat dilakukan instansi/lembaga pemerintahan seperti yang dikehendaki oleh pihak publiknya (*advising the publik about what is should desire*)
3. Kemampuan untuk mengusahakan terciptanya hubungan memuaskan antara publik dengan para pejabat pemerintah (*ensuring satisfactory contact between publik and government offical*).
4. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah di upayakan oleh suatu lembaga/instansi pemerintah yang bersangkutan (*informing and about what agency is doing*).¹⁷

Beberapa syarat pejabat PR/Humas, antara lain:

- a. *Honesty for credibility* (jujur dan mempunyai kredibilitas).
- b. *Openness and consistency of actions for confidence* (terbuka dan konsisten dalam tindakan demi percaya diri).
- c. *Fairness for reciprocity* (bersikap adil bagi kepentingan timbale balik).
- d. *Continuous communication to prevent alienation and build relationships* (melanjutkan komunikasi untuk mencegah alienasi organisasi dan membangun relasi).
- e. *Continuous image analysis for corrective adjustments in behavior or communication* (melanjutkan analisis citra untuk menyesuaikan perilaku atau komunikasi yang kreatif).¹⁸

¹⁶Oemi Atiyah, Profesionalisme Kehumasan, "Komunika", Vol. 10. No. 1, 2007, h. 29

¹⁷Rosady Ruslan, *Etika Kehumasan: Konsepsi & Aplikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008) h. 107-108

Pelaksanaan tugas dan fungsi kehumasan, sebagai aparat kehumasan pemerintah, maka berbagai kegiatan yang perlu diperhatikan antara lain:

1. Membina pengertian pada khalayak/public terhadap kebijaksanaan pimpinan, baik kepada khalayak intern maupun khalayak ekstren. Pembinaan pengertian kepada khalayak termasuk pemberian dan pelayanan informasi.
2. Menyelenggarakan dokumentasi kegiatan-kegiatan pokok instansi pemerintah, terutama yang menyangkut publikasi.
3. Memonitor dan mengavaluasi tanggapan dan pendapat masyarakat.
4. Mengumpulkan data dan informasi yang datang dari berbagai sumber.
5. Bentuk produk humas yang dihasilkan seperti majalah, buletin, press release, poster, folder, pamphlet, selebaran dan lain-lain.¹⁹

Kegiatan kehumasan dalam lembaga pemerintahan merupakan suatu keharusan fungsional dalam rangka tugas penyebaran informasi dan kebijakan, program dan kegiatan-kegiatan lembaga pemerintahan dan kepada masyarakat. Terutama di Indonesia lembaga kehumasan sangatlah diperlukan. Kegiatan kehumasan ini merupakan kelanjutan dari proses penetapan kebijakan pemerintah, pemberi layanan informasi kepada masyarakat, sehingga dapat memperoleh kepercayaan dari publiknya, yaitu masyarakat dalam arti luas. Maka dari itu sikap dan pelayanan yang baik sangat penting demi terciptanya citra yang baik.

¹⁸Alo Liliweri, M.S. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, h. 659

¹⁹H.A.W. Widjaja *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, h. 65

Khusus pemerintah di Indonesia, pemerintah dibentuk untuk melindungi segenap tumpah darah dan rakyat Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, dan turut serta menciptakan perdamaian dunia.²⁰

Pelaksanaan kegiatan kehumasan, diperlukan suatu perencanaan sehingga akan diperoleh hasil-hasil yang nyata. Alasan kenapa perlu ada perencanaan yaitu:

1. Untuk menetapkan target-target operasi humas yang nantinya akan menjadi tolak ukur atas segenap hasil yang akan diperoleh.
2. Untuk memperhitungkan jumlah jam kerja dan berbagai biaya yang diperlukan.
3. Untuk memilih prioritas-prioritas yang paling penting guna menentukan jumlah program dan waktu yang diperlukan guna melaksanakan segenap program humas yang telah diprioritaskan tersebut.
4. Untuk menentukan kesiapan atau kelayakan pelaksanaan berbagai upaya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan jumlah dan kualitas personel yang ada, daya dukung dari berbagai peralatan fisik seperti alat-alat kantor, mesin cetak, kamera, kendaraan, dan sebagainya, serta anggaran dana yang tersedia²¹.

Salah satu model perencanaan humas adalah apa yang disebut sebagai “model enam langkah”. Model ini sudah diterima secara luas oleh para praktisi oleh humas profesional.

²⁰Tim Interaksa, *Amandemen Undang-Undang Dasar 1945*, h. 2

²¹M. Linggar Anggoro, *Teori & profesi kehumasan serta aplikasinya di Indonesia* (, h.76

Adapun keenam tahapannya yaitu sebagai berikut:

- a. Pengenalan situasi
- b. Penetapan tujuan
- c. Definisi khalayak
- d. Pemilihan media dan teknik-teknik humas
- e. Perencanaan anggaran, serta
- f. Pengukuran hasil.

3. Pelayanan Publik dalam Islam

Humas dalam Islam dapat dikatakan sebagai dakwah pengenalan Islam. Dakwah ini berfungsi sebagai pengenalan Islam kepada masyarakat. Seorang pendakwah atau orang yang mensosialisaikan Islam pada masyarakat yang paling sukses adalah Nabi Muhammad saw.

Setiap manusia adalah khalifah di muka bumi yang harus siap mengemban tugas masing-masing dan harus mempertanggungjawabkan apa yang telah diserahi amanah tersebut. Destinasi akhir manusia selain mampu meraih ketakwaan, juga menjadi manusia yang terbaik di muka bumi (khaira ummah).

Syariat Islam menilai bahwa perbuatan atau pelayanan terbaik seseorang kepada orang lain pada hakikatnya ia telah berbuat baik untuk dirinya sendiri, sebagaimana firman Allah Swt dalam QS Al-Isra ayat 7:

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لَأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرَةِ لِيُسْئِلُوا
وُجُوهَكُمْ وَلْيَدْخُلُوا الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيُتَبِّرُوا مَا عَلَوْا تَتْبِيرًا

Terjemahnya:

“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri dan jika kamu berbuat jahat, Maka (kejahatan) itu bagi dirimu sendiri, dan apabila datang saat hukuman bagi (kejahatan) yang kedua, (kami datangkan orang-orang lain) untuk menyuramkan muka-muka kamu dan mereka masuk

ke dalam mesjid, sebagaimana musuh-musuhmu memasukinya pada kali pertama dan untuk membinasakan sehabis-habisnya apa saja yang mereka kuasai”.²²

Seorang muslim yang ditugasi mengurus urusan umat (pemimpin) wajib memiliki spirit mencintai kebenaran, bijaksana, menjaga amanah dan kepercayaan, ikhlas dan memiliki semangat pengabdian, melayani masyarakat dengan baik, zuhud terhadap kekuasaan, jujur, memiliki visi keumatan, dan tanggung jawab moral.

Apabila disertai tanggung jawab oleh negara kemudian tidak dilaksanakan dengan baik sesuai standar pelayanan yang telah ditentukan, Allah akan murka kepadanya sehingga kelak tidak mendapatkan perhatian Allah di hari kiamat. Sabda Nabi saw: “Barangsiapa disertai urusan manusia lalu menghindar melayani kamu yang lemah dan mereka yang memerlukan bantuan, maka kelak di hari kiamat, Allah tidak akan mengindahkannya.” (HR. Imam Ahmad).

C. Pelayanan Informasi Publik

1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah sebagai hal, cara, atau hasil pekerjaan melayani. Sedangkan melayani adalah menyugahi (orang) dengan makanan atau minuman, menyediakan keperluan orang, mengiyakan, menerima, menggunakan²³.

Pelayanan umum adalah segala bentuk pelayanan yang diberikan oleh pemerintah pusat atau daerah, BUMN/BUMD, dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat, dan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku. Pelayanan publik

²² Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bogor: Sabiq), h. 282

²³ J.S Badudu, Sultan Muhammad Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2001), h. 78-782.

diartikan memberi layanan (*melayani*) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. Selanjutnya menurut Kepmenpan No.63/KEP/M.PAN/7/2003, publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilakukan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan²⁴.

Secara teoritis, tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. Untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari :

1. Transparasi, yakni pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.
2. Akuntabilitas, yakni pelayanan yang dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.
3. Kondisional, yakni pelayanan yang sesuai kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas.
4. Partisipatif, yaitu pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat.

²⁴Ujan Poltak Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 5

5. Kesamaan hak, yaitu pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, status sosial, dan lain-lain.
6. Keseimbangan hak dan kewajiban, yaitu pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara member dan menerima pelayanan publik²⁵.

Kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda dan bervariasi mulai dari yang konvensional hingga yang lebih strategis. Definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik suatu produk seperti: kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), mudah dalam penggunaan (*easy of use*), estetika (*esthetics*), dan sebagainya. Sedangkan dalam definisi strategis dinyatakan bahwa kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customers*).²⁶

Kualitas adalah menjaga janji pelayanan agar pihak yang dilayani merasa puas dan diuntungkan. Meningkatkan kualitas merupakan pekerjaan semua orang terhadap pelanggan. Tanggung jawab untuk kualitas dan pengawasan kualitas tidak dapat didelegasikan kepada satu orang, misalnya staf pada sebuah kantor.

Pelanggan kualitas pelayanan adalah menyesuaikan diri dengan spesifikasi yang dituntut pelanggan. Pelanggan memutuskan bagaimana kualitas yang dimaksud dan apa yang dianggap penting. Pelanggan mempertimbangkan suatu kualitas pelayanan. Untuk itu, kualitas dapat dideteksi pada persoalan bentuk, sehingga dapat ditemukan:

- a. Kualitas pelayanan merupakan bentuk dari sebuah janji.

²⁵Ujan Poltak, *Reformasi Pelayanan Public*, h. 6

²⁶Hardiansyah, *Kualitas Pelayanan Publik*, (Jakarta: Grava Media, 2011), h. 45

- b. Kualitas adalah tercapainya sebuah harapan dan kenyataan sesuai komitmen yang telah ditetapkan sebelumnya.
- c. Kualitas dan integritas merupakan suatu yang tak terpisahkan.²⁷

Berdasarkan undang-undang No. 14 tahun 2008, tentang Keterbukaan Informasi Publik yang merupakan salah satu produk hukum Indonesia yang diundangkan pada tanggal 30 april 2008 dan mulai berlaku dua tahun setelah diundangkan. Undang-undang yang terdiri dari 64 pasal ini pada intinya memberikan kewajiban kepada setiap Badan Publik untuk membuat akses bagi setiap permohonan informasi publik, kecuali beberapa informasi tertentu.²⁸

2. Ragam Sumber Informasi

Timbulnya kebingungan dalam informasi dan diseminasi informasi dapat berangkat dari adanya kekurangan pemahaman akan sumber informasi. Wawasan tentang sumber informasi bukan mustahil belum dimiliki dan dihayati secara luas oleh para instan komunikasi sehingga dapat menimbulkan kurang-tepatan dalam menempatkan informasi yang bersangkutan.

Selama ini, informasi yang terhimpun sebagai bahan untuk seminasi banyak didasarkan pada apa yang lebih dulu sampai kepada kita. Hanya dalam hal-hal tertentu saja kita siap dengan pemahaman yang komperhensif akan konteks sumber informasi. Sebagai orang yang berkecimpung dibidang komunikasi dan informasi, pada dasarnya masyarakat bukan “pencipta” informasi, melainkan penghimpun

²⁷Hardiansyah, *Kualitas Pelayanan Publik*, h. 60

²⁸<http://humasreskendal.blogspot.co.id/2012/12/uu-no14-th2008-tentang-keterbukaan.html>, di akses pada tanggal 16/2/2017

informasi yang lebih lanjut disebarluaskan pada masyarakat. Adapun dalam desiminasi informasi, perlu memperhitungkan keseluruhan situasi yang tampak ditengah masyarakat agar apa yang disampaikan kepada masyarakat benar-benar menjadikan santapan intelektual yang memiliki nilai-nilai mengagumkan (*surprise values*) bagi masyarakat.²⁹

Berbicara tentang informasi, tidak ada informasi yang bersifat netral. Suatu informasi selalu diciptakan berkaitan dengan konteks pola pikir tertentu untuk melayani kebutuhan-kebutuhan baik yang bersifat nasional, organisasi maupun kebutuhan personal/pribadi. Karena itu, perumusan informasi dengan tujuan analisis dan desiminasi, tidak lepas dari pemahaman atau konteks terciptanya suatu informasi. Informasi tidak dapat dikatakan baik atau buruk. Penilaian tersebut hanya dibuat oleh pemakai informasi yang bergantung pada pengetahuan dan pola pandang diri masing-masing.

Syarat utama insan komunikasi dan informasi adalah memiliki pengetahuan yang memadai tentang ragam sumber informasi. Pemahaman akan keragaman informasi tersebut akan membantu mengakomodasi, menganalisis, mendesiminasi informasi lebih lanjut. Apabila hal ini tidak dimiliki, bukan mustahil dapat menimbulkan kebingungan dan kesalahan perlakuan terhadap informasi yang sampai pada masyarakat. Apabila hal ini terjadi, apa jadinya proses desiminasi yang akan dilakukan lebih lanjut.

²⁹Sondang P. Siagian, *Sistem Informasi Manajemen*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h. 18-19

Dalam fenomena yang multi-dimensional, dikenal enam komponen informasi yang masing-masing memiliki sifat, karakteristik, dan keikhlasan masing-masing. Adapun keenam komponen atau jenis informasi tersebut adalah:

- a. *Absolute Information*, merupakan pohonnya informasi, yaitu jenis informasi yang disajikan dengan suatu jaminan dan tidak membutuhkan penjelasan lebih lanjut.
- b. *Subtitutional Informations*, yaitu jenis informasi yang merujuk pada kasus dimana konsep informasi digunakan untuk sejumlah informasi. Dalam pengertian ini, informasi kadangkala digantikan dengan istilah “komunikasi”.
- c. *Philosophic Information*, yaitu jenis informasi yang berkaitan dengan perasaan dan emosi manusia. Kehadiran informasi ini bergantung pada orang yang menyajikannya.
- d. *Objective Information*, yaitu jenis informasi yang merujuk pada karakter logis informasi-informasi tertentu.
- e. *Cultural Information*, yaitu informasi yang memberikan tekanan pada dimensi cultural³⁰.

Keenam komponen informasi tersebut, satu dengan yang lainnya saling berhubungan dan memiliki unsur ketergantungan. Dalam memberikan pemahaman terhadap suatu komponen, informasi tidak terlepas dari pengetahuan unsur budaya seseorang dan pemahaman seseorang terhadap suatu komponen informasi yang merupakan alat bagi pemahaman komponen informasi lainnya.

³⁰ E Koswara, *Dinamika Informasi dalam Era Global*, h. 139

3. Strategi Diseminasi Informasi

Pada dasarnya pendekatan terhadap beragam sumber informasi diperlukan untuk memperluas wawasan dalam proses akomodasi dan manipulasi informasi sehingga dapat dilakukan penataan serta pengorganisasian informasi kepentingan strategi dan operasional dimensi informasi ke lingkungan masyarakat luas. Konsep dasar diseminasi informasi tidak hanya dihadapkan pada persoalan bagaimana menyediakan dan menyampaikan suatu informasi. Lebih jauh lagi, setiap insan komunikasi dan informasi perlu memiliki semangat dan idealisme “*intellectual productivity*” yang timbul dikalangan masyarakat luas, sehingga dampak informasi yang disebarluaskan tersebut. Kajian sumber informasi dapat dijadikan sebagai bahan pemetaan informasi dalam proses informasi sebagai kesatuan sistem, yang meliputi kehimpunan, pemikiran, tindakan, dan keputusan diseminasi informasi. Melalui proses ini, perlu dicatat bahwa informasi hanya bermanfaat apabila yang tersajikan dapat diintegrasikan dengan pengetahuan dan kebutuhan masyarakat.³¹

Sistem desiminasi informasi, setidaknya-tidaknya perlu memperhatikan empat hal sehingga informasi yang disebarluaskan diperhatikan dan mendapat tempat ditengah-tengah masyarakat, jangan sampai berlaku perumpamaan “tumbangnya pohon dalam belantara, meski suaranya bergelegar, tapi tidak akan ada orang yang mendengarnya”. Keempat hal yang dimaksud universalisme, nasionalisme, kelembagaan sosial, dan falsafah individu.

³¹Sondang P. Siagian, *Sistem Informasi Manajemen*, h. 35

Aspek universalisme adalah strategi penyajian informasi yang menekankan nilai-nilai universal. Hal ini berkaitan dengan *Absoloute Information*.

Aspek nasionalisme adalah penyajian informasi yang mempertimbangkan unsur emosional, berkaitan dengan kebanggaan nasional, loyalitas politik, kesatuan etnis, patriotisme, kebesaran bangsa dan Negara.

Aspek kelembagaan sosial adalah proses penyajian informasi yang memberikan penekanan prioritas sejalan dengan aspirasi yang terletak dimasing-masing lembaga sosial.

Aspek yang terakhir yaitu aspek penyajian informasi perlu memperhatikan kesadaran individual dan kepribadian individu-individu yang menjadi sasaran politik. Dengan memperhatikan keempat aspek tersebut, yang perlu dihindarkan adalah dampak bahaya informasi, yaitu menimbulkan hal-hal yang destruktif.

Persepsi merupakan komponen utama dalam proses komunikasi. Persepsi terhadap komunikasi melibatkan harapan (*involvement*) dan keterlibatan (*involvement*). Diliat dari segi persepsi, dalam proses komunikasi perlu menyadari tiga hal, yaitu:

1. Tolak ukur proses komunikasi dan diseminasi informasi terletak pada si penerima dan pemakai jasa informasi. Tidak akan terjadi komunikasi apabila tidak ada seseorang yang mendengarkan.
2. Penerimaan suatu proses komunikasi akan selalu dikaitkan dengan totalitas konfigurasi informasi. Karena itu kita tidak dapat berkomunikasi dengan kata-

kata tunggal dan hanya mungkin melakukannya dalam konteks yang terintegrasi.

3. Mengkomunikasikan suatu konsep hanya mungkin apabila dikaitkan dengan persepsi dan pengalaman si penerima. Dalam menyajikan suatu informasi, harus dalam batas-batas persepsi si penerima³².

Proses komunikasi dan diseminasi informasi yang produktif hanya mungkin terjadi apabila mampu membuat si penerima membuat sesuatu dan mempercayai sesuatu. Kekuatan komunikasi dan informasi terletak pada kemampuan mengantisipasi dirinya terhadap harapan dan aspirasi, etika, dan nilai-nilai, objektivitas, dan tujuan yang tampak dan menjadi milik masyarakat penerima.



³²E Koswara, *Dinamika Informasi dalam Era Global*, h. 141

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Penelitian ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan secara jelas tentang temuan lapangan berdasarkan analisa yang dilakukan.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian dengan judul “ Strategi Desiminasi Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Kepada Masyarakat Kec. Malili Kab. Luwu Timur, maka lokasi penelitian ini berada di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika, Jln. Soekarno-Hatta, Malili. Penelitian ini dilaksanakan pada dari tanggal 19 Juli s/d 19 Agustus 2017.

B. Pendekatan Penelitian

Metode peneltian ini menggunakan pendekatan komunikasi organisasi. Metode pendekatan komunikasi akan memudahkan peneliti untuk saling berinteraksi dengan sumber informasi. Komunikasi organisasi adalah pengiriman atau penerimaan pesan verbal atau non verbal dalam organisasi.

C. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana asal data penelitian itu diperoleh.¹Berdasarkan sumbernya, data dibagi menjadi :

- a. Sumber data Primer adalah informasi yang di peroleh langsung dari pelaku yang melihat dan terlibat langsung dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian, atau kegiatan, dan hasil pengujian. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung.²

Daftar informan yang dipilih sebagai narasumber yang relevan terhadap penelitian ini adalah:

Tabel 3.1
Daftar Informan

No	Nama	Umur	Jabatan
1	Andy Murphy, S.Sos, MH	50 Thn	Kepala Dinas Diskominfo
2	Amran Aminuddin, S.STP	38 Thn	Sekretaris Diskominfo
3	Arief Fasilah Amier	36 Thn	Kabid. Informasi dan Komunikasi Publik

¹V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2014) h. 73

²Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2011), h. 117

4	Darwin	38 Thn	Kasi Telekomunikasi
5	Zakir	34 Thn	Staf

- b. Sumber data Sekunder; data yang didapat dari catatan, buku, majalah, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang benar akan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas tinggi. Ada beberapa metode dalam pengumpulan data kualitatif :

- a. Metode Observasi

Observasi merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati, dan mencatat, menganalisa secara sistematis terhadap gejala/fenomena/objek yang akan diteliti³. Observasi langsung dilakukan terhadap objek ditempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa. Dalam penelitian ini, penulis memprioritaskan objek pengamatan kepada cara kerja pihak Diskominfo dalam melaksanakan tugasnya.

- b. Metode Wawancara Mendalam

³Abu Achmad dan Narbuko Cholid, *Metode Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 70

Wawancara adalah percakapan antara periset (seorang yang mendapat informasi) dan informan (seorang yang di asumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek)⁴.

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, dengan mengenai data-data pokok tentang strategi desiminasi humas dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat. Dalam pelaksanaan wawancara ini ada beberapa informan yang di wawancarai antara lain: Kepala Dinas, Sekretaris Dinas, Kabid. Informasi dan Komunikasi Publik, Pegawai (1 orang), dan Kasi Telekomunikasi (1 orang). Jadi informan yang di wawancarai sejumlah 5 orang.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan benda-benda tertulis seperti buku, majalah, dokumentasi, peraturan-peraturan notulen, catatan harian, dan sebagainya.⁵ Dengan demikian peneliti dapat mempelajari dokumen yang berhubungan dengan strtegi desiminasi dalam meningkatkan pelayanan kepada masyarakat. Berkenaan dengan kegiatan penelitian maka berbagai macam dokumentasi yang penulis gunakan antara lain buku-buku, foto-foto, arsip-arsip, dan tulisan ilmiah yang relevan dengan objek yang akan diteliti.

⁴Berger, Arthur Asa, *Media and Communication Reseach Method* (London: Sage Publications, 2000), h. 111

⁵ Sutrisno Hadi, *Metode Research* (Yogyakarta: UGM Press, 1999), h. 72.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Variasi jenis instrumen dalam hal ini adalah pedoman wawancara, dan pedoman pengamatan.⁶

Instrumen penelitian itu sendiri, yang kedudukannya sebagai pengumpul data, seperti analisis, penafsiran data dan terakhir menjadi pelapor hasil penelitian. Instrumen pendukung yaitu wawancara, dan alat perekam suara, gambar, dsb.

F. Analisis Data

Metode penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif analitis yaitu suatu bentuk penelitian yang meliputi proses pengumpulan dan penyusunan data, kemudian data yang sudah dikumpul dan tersusun tersebut di analisis sehingga di peroleh pengertian data yang jelas.

Setelah dilakukan penelitian tentunya akan diperoleh data kualitatif sesuai dengan pendekatan yang diambil. Oleh karena itu semua data yang diperoleh di lapangan baik yang berupa hasil observasi maupun wawancara akan dianalisis sehingga dapat memunculkan deskripsi tentang bagaimana Strategi Desiminasi Humas dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Masyarakat Di Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur.

⁶V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* , h. 76

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis alir yaitu metode dengan beberapa tahap yaitu reduksi data, display data, gambaran kesimpulan dan verifikasi data. Penerapan teknik analisa data tersebut dalam penelitian ini adalah:⁷

- a. Display Data, yaitu menyajikan data-data yang diperoleh dari lapangan dan disusun secara sistematis sehingga tersusun gambaran yang jelas dan sistematis tentang data yang dihasilkan dari penelitian yang dilakukan.
- b. Reduksi Data, yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok difokuskan pada hal-hal yang penting dan disusun secara sistematis sehingga memberikan gambaran yang jelas tentang hasil penelitian. Reduksi dapat dilakukan dengan merangkum kegiatan sehari-hari yang dilakukan Humas dalam melakukan perencanaan kegiatan yang dinilai dapat menjaga citra perusahaan.
- c. Pengambilan Kesimpulan dan Verifikasi, penarikan kesimpulan merupakan kegiatan penggambaran yang utuh dari obyek penelitian. Proses penarikan kesimpulan didasarkan pada hubungan informasi yang tersusun dalam satu bentuk yang dipadu pada penyajian data, melalui informasi tersebut, peneliti dapat melihat apa yang ditelitinya dan menentukan kesimpulan yang benar sebagai obyek penelitian. Kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu sesingkat pemikiran kembali yang melintas

⁷ Milles Matthew, *Analisa Data Kualitatif*, Terjemah Tjetjeh Rohindi (Jakarta: Ui Press, 1999), h. 16

dalam pikiran peneliti selama menulis dan merupakan suatu tinjauan ulang pada catatan lapangan.

Dengan penerapan teknik anilisa seperti dia atas, diharapkan data yang diperoleh dapat disajikan dengan baik, sehingga unsur ilmiah dari penelitian ini dapat terpenuhi.



BAB IV
STRATEGI DESIMINASI DINAS KOMINIKASI DAN INFORMATIKA
(DISKOMINFO) DALAM MENINGKKATKAN PELAYANAN KEPADA
MASYARAKAT KEC. MALILI KAB. LUWU TIMUR

A. Sejarah singkat Dinas Komunikasi dan Informatika Kab. Luwu Timur

Dinas Komunikasi dan Informatika Kab. Luwu Timur berada di Jl. Soekarno Hatta Puncak Indah, Malili. Dinas Komunikasi dan Informatika dulunya adalah Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika. Namun setelah adanya Peraturan Daerah (PERDA) Luwu Timur Nomor 10 Tahun 2010 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Kabupaten Luwu Timur Nomor 3 Tahun 2008 Tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Dinas-Dinas Daerah Kabupaten Luwu Timur, maka Dinas Komunikasi dan Informatika resmi berdiri sendiri pada tanggal 31 Desember 2016.

Adapun pertimbangan yang melatar belakangi perubahan ini adalah bahwa dalam rangka peyelenggaraan urusan pemerintah daerah, diperlukan penyesuaian dan perubahan terhadap kelembagaan perangkat daerah Kabupaten Luwu Timur, berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 2016 Tentang Susunan Organisasi, Kedudukan, Tugas, dan Fungsi, Serta Tata Kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Luwu Timur.

1. Visi, Misi, Tujuan, Sasaran, Kebijakan, Dan Strategi

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 108 Tahun 2000 tentang Tata Cara Pertanggungjawaban Kepala Daerah dan Instruksi Presiden Nomor 7 Tahun 1999 Tentang Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintahan (AKIP). Peraturan Daerah Kabupaten Luwu Timur Nomor 9 Tahun 2006 dan RPJMD Luwu Timur Tahun 2009-

2014 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Luwu Timur.

Rencana strategi adalah rencana lima tahunan yang menggambarkan Visi, Misi, Kebijakan, Program, dan Kegiatan berdasarkan tolak ukur kinerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Luwu Timur.

a) Visi

Visi merupakan pandangan jauh kedepan, kemana arah dan sasaran instansi pemerintah harus dibawa dan berkarya agar konsisten dan dapan eksis, antisipatif, inovatif, serta produktif, visi tidak lain adalah suatu gambaran yang menantang tentang keadaan masa depan berisikan cita dan citra yang ingin di wujudkan di instansi pemerintah. Dengan mengacu pada batasan tersebut, juga visi menjadi bagian integral dalam penyusunan dan penetapan perencanaan strategis. Sadar akan hal itu Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Luwu Timur menetapkan visi sebagai berikut :

“Luwu Timur menjadi terdepan dalam pelayanan Komunikasi dan informatika menuju masyarakat maju dan berkembang”¹

Makna pokok yang terkandung dalam Visi Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Luwu Timur tersebut antara lain:

¹Profil Disnas Komunikasi dan Informatika (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Luwu Timur, 2016), h. 17

- a) Terdepan, secara harfiah mengandung makna kemampuan sumber daya aparatur yang menguasai Teknologi Informasi dalam merumuskan suatu kebijakan untuk melaksanakan tugas.
- b) Pelayanan komunikasi dan informasi, adanya pelayanan komunikasi dan informasi yang disebarluaskan melalui berbagai media.²

b) Misi

Misi merupakan deskripsi tugas-tugas utama yang bersifat global dalam rangka mewujudkan Visi yang telah ditetapkan. Misi adalah suatu hal yang harus dilaksanakan oleh organisasi (instansi pemerintah) agar tujuan organisasi dapat tercapai dan berhasil dengan baik.

Misi yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut:

- a) Meningkatnya akses Informasi dan Komunikasi secara merata kepada masyarakat yang berwawasan.
- b) Meningkatkan kualitas pelayanan Informasi dan Komunikasi melalui pendayagunaan multi media secara berimbang cepat dan akurat.³

c) Tujuan

Dinas Komunikasi dan Informatika Luwu Timur menetapkan tujuan strategi berdasarkan visi, misi, dan faktor-faktor kunci keberhasilan sebagai tolak ukur

² Profil Disnas Komunikasi dan Informatika (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Luwu Timur, 2016), h. 17

³ Profil Disnas Komunikasi dan Informatika (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Luwu Timur, 2016), h. 18

keberhasilan kualitatif dan kuantitatif yang ingin dicapai dimasa mendatang adalah sebagai berikut:

- a) Mewujudkan masyarakat Informative/Information Society yang mendukung kebijakan pemerintah kota dibidang Teknologi Informasi Komunikasi.
- b) Mewujudkan masyarakat Informative society yang peka akan kebijakan pemerintah.
- c) Mewujudkan komunikasi sambung rasa/interaktif, apresiatif, dan dinamis.
- d) Meningkatnya kualitas pelayanan Informasi dan Komunikasi sebagai saluran informasi.
- e) Meningkatnya peran lembaga swasta nasional maupun lokal dalam mendukung kebijakan pemerintah.⁴

d) Sasaran

Untuk memenuhi Visi Dinas Komunikasi dan Informatika Luwu Timur diharapkan kepada seluruh pegawai dan pihak yang berkepentingan/mitra kerja Dinas Komunikasi dan Informatika Luwu Timur dapat mengenal dan mengetahui keberadaan serta perannya yang lebih mendalam sebagai salah satu unit kerja di jajaran Pemerintah.

Adapun sasaran dari pernyataan misi tersebut sebagai berikut:

- a) Meningkatnya akses informasi dan komunikasi berbasis Teknologi Informasi Komunikasi secara merata kepada masyarakat, ini mengandung makna bahwa

⁴ Profil Disnas Komunikasi dan Informatika (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Luwu Timur, 2016), h. 20

bagaimana staf Dinas Komunikasi dan Informatika Luwu Timur melaksanakan kegiatan-kegiatan pembangunan dan kemasyarakatan dapat mewujudkan masyarakat yang *informative society* yang sadar akan program-program dan kebijakan Pemerintah agar dapat terlaksana.

- b) Meningkatnya kualitas pelayanan informasi dan komunikasi melalui pendayagunaan multi media secara berimbang, cepat dan akurat dengan sasaran yang ingin dicapai, terpenuhinya sarana dan prasarana pendukung dalam penyebarluasan berbagai informasi kepada masyarakat sehingga aktifitas media komunikasi (media cetak, elektronik/radio, pameran) sebagai saluran informasi.
- c) Mewujudkan iklim usaha masyarakat di bidang informasi dan komunikasi dalam mewujudkan masyarakat yang kreatif dengan sasaran yang diharapkan meningkatnya peranan sektor usaha produktif bidang informasi dan komunikasi secara positif dan mandiri sehingga pencapaian P A D dari tahun ke tahun meningkat.⁵

e) Kebijakan

Dengan tetap mengacu pada visi, maka dirumuskan pokok-pokok kebijakan Dinas Komunikasi dan Informatika Luwu Timur yang menjadi acuan dalam menetapkan program pengembangan lima tahun ke depan dalam memberikan pelayanan sebagai berikut:

⁵ Profil Disnas Komunikasi dan Informatika (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Luwu Timur, 2016),

- 1) Pembangunan Pemerintahan dan pelayanan publik untuk dapat memberikan pelayanan yang diperlukan oleh masyarakat Luwu Timur yang menjadi subjek dan objek pembangunan yang mengacu pada visi dan misi Luwu Timur.
- 2) Pendidikan yang bermartabat dan manusiawi maka diperlukan minimal 4 (empat) program pokok dan 5 (lima) program utama Dinas Komunikasi dan Informatika Luwu Timur dalam mendukung Kabupaten Luwu Timur sebagai kota terkemuka.⁶

Beberapa program pokok:

- a) Program Pembangunan Komunikasi Informasi dan Media Massa.
- b) Program pengkajian dan penelitian Bidang Informasi dan Komunikasi.
- c) Program fasilitas peningkatan SDM Bidang Komunikasi dan Komunikasi.
- d) Program kerjasama Informasi dengan Media.⁷

Beberapa Program Utama

- a) Peningkatan kualitas pelayanan public.
- b) Tersosialisasinya berbagai kebijakan dan program-program Pemerintahan Luwu Timur.
- c) Terbinanya lembaga-lembaga komunikasi sosial sebagai akses perataan dan terciptanya kondisi masyarakat yang mendukung kebijakan pemerintah.
- d) Pengelolaan uang.

⁶ Profil Disnas Komunikasi dan Informatika (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Luwu Timur, 2016),

⁷ Profil Disnas Komunikasi dan Informatika (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Luwu Timur, 2016),

- e) Peningkatan kualitas materi dan penyebaran informasi.⁸

f) Strategi

Dalam rangka pencapaian visi dan misi yang telah ditetapkan maka dirumuskan strategi yaitu:

- a) Pengembangan pendidikan non formal dan informal berbasis Teknologi Informasi Komunikasi (TIK).
- b) Peningkatan fungsi dan peran pengawasan dan pengendalian usaha-usaha produktif dibidang informasi dan komunikasi.
- c) Peningkatan pelayanan terhadap pengusaha/mitra kerja Dinas Komunikasi dan informatika Luwu Timur.
- d) Identifikasi dan validasi usaha-usaha produktif.
- e) Pembentukan mobile community access point, media center sebagai peran penyebarluasan informasi terpadu dalam mendukung program Pemerintah Luwu Timur.⁹

2. Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Luwu Timur

Pembuatan struktur organisasi dalam suatu perusahaan atau instansi pemerintahan dilakukan oleh pimpinan agar aktivitas stekholder tidak tumpang tindih.

⁸ Profil Disnas Komunikasi dan Informatika (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Luwu Timur, 2016),

⁹ Profil Disnas Komunikasi dan Informatika (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Luwu Timur, 2016),

Pembuatan struktur organisasi diharapkan tercapainya suatu koordinasi yang efektif di antara unit-unit maupun bagian-bagian dalam organisasi sehingga tujuan yang ditetapkan dapat tercapai secara efektif dan efisien.

Struktur organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Luwu Timur merupakan struktur organisasi fungsional yang mencerminkan tanggung jawab yang vertical. Adapun struktur organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika Luwu Timur adalah sebagai berikut:

a) Kepala Dinas

Kepala Dinas dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mempunyai rincian tugas sebagai berikut:

1. Menyusun kebijakan, merencanakan, mengorganisasikan, menggerakkan dan mengendalikan penyelenggaraan kebijakan serta menyusun Rencana Strategi (Renstra) Dinas sesuai dengan visi dan misi daerah,
2. Merumuskan program kerja sesuai rencana strategi Dinas,
3. Mengoordinasikan pelaksanaan program dan kegiatan lingkup Dinas
4. Membina Sekretaris dan para Kepala Bidang dalam melaksanakan tugasnya,
5. Mengarahkan pelaksanaan tugas pokok organisasi agar berjalan sesuai rencana, tepat waktu, berkualitas dalam lingkup Dinas,
6. Menyelia pelaksanaan tugas pokok organisasi agar berjalan sesuai rencana, tepat waktu, berkualitas dalam lingkup Dinas,

7. Memecahkan masalah dalam pelaksanaan tugas pokok organisasi agar senantiasa berjalan dengan optimal,
8. Mengevaluasi pelaksanaan tugas pokok organisasi agar senantiasa sesuai dengan rencana dan target yang ditetapkan,
9. Menyelenggarakan perencanaan kebijakan teknis, program, kegiatan, keuangan, umum, perlengkapan, dan kepegawaian dalam lingkungan Dinas,
10. Menyelenggarakan kebijakan teknis di bidang informasi dan komunikasi public, bidang telematika, dan bidang aplikasi informatika,

b) Sekretariat

Sekretaris dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat

(1) mempunyai rincian tugas sebagai berikut:

1. Merencanakan operasional kegiatan tahunan sebagai pedoman pelaksanaan tugas,
2. Membagi tugas kepada bawahan agar tercipta distribusi tugas yang merata,
3. Memberi petunjuk kepada bawahan terkait perumusan kebijakan, operasionalisasi dan pelaporannya,
4. Mengatur pelaksanaan tugas pokok organisasi agar berjalan sesuai rencana, tepat waktu, berkualitas dalam lingkup Sekretariat,
5. Mengoordinasikan dan mengevaluasi pelaksanaan program dan kegiatan dalam lingkup Sekretariat.

c) Subbagian Perencanaan dan Kepegawaian

Kepala Subbagian Perencanaan dan Kepegawaian dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mempunyai rincian tugas sebagai berikut:

1. Merencanakan kegiatan dan jadwal operasional tahunan serta penganggaran Dinas sebagai pedoman pelaksanaan tugas,
2. Membagi tugas pada bawahan agar tercipta distribusi tugas yang merata,
3. Memeriksa hasil pelaksanaan tugas pokok organisasi agar berjalan sesuai rencana, tepat waktu, berkualitas dalam lingkup Subbagian,
4. Mengevaluasi hasil pelaksanaan tugas pokok organisasi agar berjalan sesuai rencana, tepat waktu, berkualitas dalam lingkup Subbagian,
5. Menyiapkan bahan dan mengelola administrasi aparatur meliputi:
 - a. Usul kenaikan pangkat,
 - b. Perpindahan,
 - c. Pensiun,
 - d. Penilaian pelaksanaan pekerjaan,
 - e. Kenaikan gaji berkala,
 - f. Cuti,
 - g. Ijin,
 - h. Masa kerja,
 - i. Peralihan status, dan
 - j. Pelayanan administrasi kepegawaian lainnya.

d) Subbagian Umum dan Keuangan

Kepala Subbagian Umum dan Keuangan dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mempunyai rincian tugas sebagai berikut:

1. Merencanakan kegiatan dan jadwal operasional tahunan serta penganggaran Dinas sebagai pedoman pelaksanaan tugas,
2. Membagi tugas kepada bawahan agar tercipta distribusi tugas yang merata,
3. Memeriksa hasil pelaksanaan tugas pokok organisasi agar berjalan sesuai rencana, tepat waktu, berkualitas dalam lingkup Subbagian,
4. Mengevaluasi hasil pelaksanaan tugas pokok organisasi agar berjalan sesuai rencana, tepat waktu, berkualitas dalam lingkup Subbagian,
5. Melakukan pengklasifikasian surat menurut jenisnya serta administrasi dan pendistribusian surat masuk dan surat keluar,

e) Bidang Informasi dan Komunikasi Publik

Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana di maksud pada ayat (1) mempunyai rincian tugas sebagai berikut:

1. Merencanakan operasinal kegiatan tahunan sebagai pedoman pelaksanaan tugas,
2. Membagi tugas dengan bawahan agar tercipta distribusi tugas yang merata,
3. Memberi petunjuk kepada bawahan terkait perumusan kebijakan, operasionalisasi dan pelaporannya,

4. Mengatur pelaksanaan tugas pokok organisasi agar berjalan sesuai rencana, tepat waktu, berkualitas dalam lingkup Bidang,
5. Mengoordinasikan dan mengevaluasi pelaksanaan program dan kegiatan dalam lingkup Bidang.

f) Seksi Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik

Kepala Seksi Pengelolaan Informasi dan Komunikasi Publik dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mempunyai rincian tugas sebagai berikut:

1. Merencanakan kegiatan pengelolaan informasi dan komunikasi publik sebagai pedoman pelaksanaan tugas,
2. Membagi tugas kepada bawahan agar tercipta distribusi tugas yang merata,
3. Memeriksa hasil pelaksanaan tugas pokok organisasi agar berjalan sesuai dengan rencana, tepat waktu, dan berkualitas dalam lingkup Seksi,
4. Mengevaluasi hasil pelaksanaan tugas pokok organisasi agar berjalan sesuai dengan rencana, tepat waktu, dan berkualitas dalam lingkup Seksi,
5. Menyiapkan bahan perumusan penyusunan kebijakan teknis di bidang pengelolaan informasi dan komunikasi publik.

g) Seksi Kemitraan Informasi dan Komunikasi Publik

Kepala Seksi Kemitraan Informasi dan Komunikasi Publik dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mempunyai rincian tugas sebagai berikut:

1. Merencanakan kegiatan kemitraan informasi dan komunikasi publik sebagai pedoman pelaksanaan tugas,
2. Membagi tugas kepada bawahan agar tercipta distribusi tugas yang merata,
3. Memeriksa hasil pelaksanaan tugas pokok organisasi agar berjalan sesuai dengan rencana, tepat waktu, dan berkualitas dalam ruang lingkup Seksi,
4. Menyiapkan bahan perumusan kebijakan teknis di bidang kemitraan informasi dan komunikasi publik,
5. Melakukan pengelolaan hubungan dengan media (*media relations*).

h) Bidang Telematika

Kepala Bidang Telematika dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mempunyai rincian tugas sebagai berikut:

1. Merencanakan operasional kegiatan tahunan sebagai pedoman pelaksanaan tugas,
2. Membagi tugas kepada bawahan agar tercipta distribusi tugas yang merata,
3. Member petunjuk kepada bawahan terkait perumusan kebijakan, operasionalisasi dan pelaporannya,
4. Mengatur pelaksanaan tugas pokok organisasi agar berjalan sesuai rencana, tepat waktu, dan berkualitas dalam ruang lingkup Bidang,
5. Mengoordinasikan dan mengevaluasi pelaksanaan program dan kegiatan dalam lingkup bidang.

i) Seksi Infrastruktur dan Teknologi

Kepala Seksi Infrastruktur dan Teknologi dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mempunyai rincian tugas sebagai berikut:

1. Merencanakan kegiatan infrastruktur dan teknologi sebagai pedoman pelaksanaan tugas,
2. Membagi tugas kepada bawahan agar tercipta distribusi tugas yang merata,
3. Menyiapkan bahan perumusan penyusunan kebijakan teknis, di bidang infrastruktur dan teknologi,
4. Menginventarisir permasalahan yang berhubungan dengan infrastruktur dan teknologi serta menyiapkan bahan petunjuk pemecahan masalah,
5. Melakukan pengelolaan Layanan Infrastruktur Data Center dan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK).

j) Seksi Telekomunikasi

Kepala Seksi Telekomunikasi dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mempunyai rincian tugas sebagai berikut:

1. Merencanakan kegiatan telekomunikasi sebagai pedoman pelaksanaan tugas,
2. Memeriksa hasil pelaksanaan tugas pokok organisasi agar berjalan sesuai rencana, tepat waktu, dan berkualitas dalam lingkup Seksi,
3. Melakukan analisis dan identifikasi dalam rangka memberikan dukungan fasilitas pelayanan perizinan dalam bentuk penerbitan pertimbangan teknis terkait menara telekomunikasi lingkup Kabupaten,

4. Melakukan pengelolaan Retribusi pengendalian menara telekomunikasi lingkup kabupaten,
5. Melakukan tugas kedinasan lain yang diperintahkan oleh atasan baik lisan maupun tertulis sesuai bidang tugasnya untuk mendukung kelancaran pelaksanaan tugas.

k) Seksi Keamanan Informasi dan Persandian

Kepala Seksi Keamanan Informasi dan Persandian dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mempunyai rincian tugas sebagai berikut:

1. Merencanakan kegiatan keamanan informasi dan persandian sebagai pedoman pelaksana tugas,
2. Mengoordinasikan kegiatan dengan unit kerja terkait keamanan informasi dan persandian,
3. Melakukan pengelolaan layanan monitoring trafik data elektronik,
4. Melaksanakan pengelolaan layanan insiden keamanan informasi,
5. Melakukan pengelolaan layanan kenaikan dan keamanan informasi pada sistem informasi dan elektronik Pemerintah Daerah.

l) Bidang Aplikasi Informatika

Kepala Bidang Aplikasi Informatika dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mempunyai rincian tugas sebagai berikut:

1. Merencanakan operasional kegiatan tahunan sebagai pedoman pelaksanaan tugas,
2. Member petunjuk kepada bawahan terkait perumusan kebijakan, operasionalisasi dan pelaporannya,
3. Melaksanakan penyusunan dan menetapkan kebijakan teknis di bidang pengembangan aplikasi dan database, bidang layanan e-government, dan bidang statistik di lingkup Kabupaten,
4. Melaksanakan koordinasi perencanaan teknis di bidang aplikasi informatika,
5. Melaksanakan penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria penyelenggaraan di bidang pengembangan aplikasi dan database, layanan e-government, dan statistik di lingkup kabupaten.

m) Seksi Pengembangan Aplikasi dan Database

Kepala Seksi Pengembangan Aplikasi dan Database dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mempunyai rincian tugas sebagai berikut:

1. Merencanakan kegiatan pengembangan aplikasi dan database sebagai pedoman pelaksanaan tugas,
2. Menginventarisir permasalahan yang berhubungan dengan pengembangan aplikasi dan database serta menyiapkan bahan petunjuk pemecahan masalah,
3. Melakukan penetapan standar format data dan informasi, validasi data dan kebijakan data lingkup Pemerintah Kabupaten,

4. Melakukan pengelolaan integrasi data dan sistem informasi lingkup pemerintah kabupaten,
5. Melakukan Layanan interoperabilitas dan interkoneksi sistem informasi layanan publik dan pemerintahan.

n) Seksi E-Government

Kepala Seksi E-Government dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mempunyai rincian tugas sebagai berikut:

1. Merencanakan kegiatan e-government sebagai pedoman pelaksanaan tugas,
2. Mengoordinasikan kegiatan dengan unit kerja terkait E-Government,
3. Melakukan kordinasi kerja sama lintas Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD), Pemerintah Daerah, Pemerintah Provinsi, Pemerintah Pusat, dan non Pemerintah dalam penerapan E-Government,
4. Melakukan perumusan regulasi dan kebijakan terpadu implemementasi E-Government Pemerintah Kabupaten,
5. Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas Seksi E-Government dan memberikan saran pertimbangan kepada atasan sebagai bahan perumusan kebijakan.

o) Seksi Statistik

Kepala Seksi Statistik dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada ayat (1) mempunyai rincian tugas sebagai berikut:

1. Merencanakan kegiatan statistik sebagai pedoman pelaksanaan tugas,

2. Melakukan pengolahan dan penyajian data dan statistik hasil pelaksanaan rencana pembangunan Daerah,
3. Melakukan statistik sektoral skala Kabupaten,
4. Melakukan pengembangan jejaring statistik khusus skala Kabupaten,
5. Menyusun laporan hasil pelaksanaan tugas Seksi Statistik dan memberikan saran pertimbangan kepada atasan sebagai bahan perumusan kebijakan.

B. Strategi desiminasi yang dilakukan Diskominfo dalam meningkatkan pelayanan informasi

Dinas Komunikasi dan Informatika Luwu Timur adalah salah satu unit Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) yang melakukan aktivitas membantu mensosialisasikan kebijakan Pemerintah dalam hal informasi dan komunikasi. Sebagaimana yang disampaikan oleh Kepala Dinas Andi Murphy Diskominfo Luwu Timur.

“Dinas komunikasi dan informatika Kabupaten Luwu Timur merupakan salah satu unit Satuan Kerja Perangkat Daerah atau SKPD yang mengkomunikasikan program kerja, baik dari pemerintah pusat maupun dari Bupati untuk disampaikan ke masyarakat”¹⁰.

Dalam menerapkan strategi Dinas Komunikasi dan Informatika memiliki beberapa strategi dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada media dan masyarakat, seperti yang telah disampaikan oleh Arief Fadillah Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik.

¹⁰ Andi Murphy, Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika Luwu Timur, “wawancara”, Dinas Kominfo Luwu Timur, 14 Agustus 2017

“Dalam meningkatkan pelayanan kami menggunakan berbagai macam strategi, seperti kami bekerjasama dengan 6 online media lokal, 2 online media regional, 6 koran harian regional, 3 koran harian lokal, dari Palopo Pos, Seruya, dan Luwu raya, namun tidak semua orang bisa membaca Koran dan mempunyai alat elektronik untuk mendapatkan informasi yang kami sebar seperti orang tua yang ada di desa-desa maka dari itu kami akan membentuk kelompok informasi masyarakat di setiap desa-desa jadi kami menggunakan mereka untuk menyampaikan informasi tentang kegiatan Pemerintahan dan Pembangunan Daerah dan kami rangkum mereka semua sebagai media partner, dan yang selanjutnya penyebaran informasi dengan videotron yang ada dalam bentuk videografis, fotografis dan lain-lainnya yang akan disebar luaskan .¹¹

Bedasarkan wawancara di atas, dapat diketahui bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika dalam memberikan informasi pada masyarakat mereka merangkum media partner. Kegiatan Diskominfo dalam penggunaan media mengklasifikasikan menjadi beberapa media yaitu 6 online media lokal seperti LutimTerkini.com, LuwuRaya.com, LutimNews.com, InfoLutim.com, dan BataraPos.com, 2 online media regional seperti Online24jam.com, dan Inikata.com, 6 koran harian regional seperti Seruya, Palopo Pos, Radar Luwu Raya, Ujung Pandang Ekspres, Berita Kota Makassar dan Rakyat SulSel, 3 koran harian lokal seperti Tribun Timur, Sindo, dan Fajar. Dalam penggunaan media Diskominfo menginformasikan kegiatan Pemerintahan daerah seperti Beasiswa bagi Mahasiswa Berprestasi dan Bantuan Pendidikan Bagi Mahasiswa Kurang Mampu, Gratis Tes Narkoba Bagi Pelajar SMA dan SMK di Luwu Timur, dan Menjamin Kesehatan untuk seluruh warga yang ada di Luwu Timur dan untuk menjawab keluhan masyarakat tentang kegiatan-kegiatan yang di rencanakan Pemerintah Luwu Timur.

¹¹ Arief Fadillah Amier, Kepala Bidang Informasi dan Komunikasi Publik, “wawancara”, Dinas Kominfo Luwu Timur, 16 Agustus 2017

Gambar 4.1



Pemberian beasiswa kepada siswa dan mahasiswa Lutim

Penyebaran informasi dalam bentuk videotron yang mana didalamnya berisi sebuah informasi dalam bentuk videografis dan fotografis. Selain itu dilakukan juga cara lain yaitu memasang spanduk dan baliho yang terkait dengan program Pemerintahan di tempat-tempat tertentu seperti di setiap kecamatan-kecamatan, lapangan, dan disepanjang jalan.

Dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat, Diskominfo menggunakan strategi tersebut dikarenakan hanya strategi tersebut yang lebih mudah, cepat, dan akurat untuk digunakan seperti yang dikatakan oleh Kabid. Informasi dan Komunikasi Publik Bapak Arief Fadillah yaitu:

“Dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat kami menggunakan 2 strategi tersebut dikarenakan strategi tersebut lebih mudah, cepat, dan akurat dalam menyampaikan informasi dengan banyaknya kekurangan dalam pelayanan ini”.¹²

¹² Arief Fadillah Amier, “wawancara” , Dinas Kominfo Luwu Timur, 16 Agustus 2017

Dalam rangka meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat Diskominfo harus memberikan pelayanan informasi dan pemberitaan yang faktual. Hal ini seperti yang di utarakan bapak Arief Fadillah selaku Kabid. Informasi dan Komunikasi Publik yang dipercayai mewakili Humas:

“Dalam menyampaikan informasi ke masyarakat perlu di junjung tinggi integritas, artinya pemberitaan atau informasi yang diberikan tidak mengada-ada, informasi mesti se-akurat mungkin dan datanya valid serta dapat dipercaya.”¹³

Kutipan wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa pemberitaan yang dipublikasikan terkait seluruh kegiatan Pemerintahan dan Pembangunan Daerah haruslah benar, faktual, dan tidak mengandung unsur manipulasi. Seperti yang dijelaskan pada QS. Al-Ahzab : 70-71

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَقُولُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا ۝ۙ يُصْلِحْ لَكُمْ اَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوْبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ اللّٰهَ وَرَسُوْلَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيْمًا ۝ۚ

Terjemahnya:

“. Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. dan Barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka Sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.”.¹⁴

Ayat diatas menerangkan bahwa dalam kehidupan dan aktivitas keseharian, kita diperintahkan untuk menyampaikan atau memberikan informasi yang benar. Begitu juga dalam instansi atau perusahaan, terlebih dalam hal ke-*Humasan* secara

¹³ Arief Fadillah Amier, “wawancara” , Dinas Kominfo Luwu Timur, 16 Agustus 2017

¹⁴ Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bogor:Sabiq), h. 314

profesional memang berperan dalam menghimpun, mengelola, dan mendistribusikan informasi. Dari ayat diatas juga diterangkan bahwa “kemenangan yang besar” akan didapatkan oleh orang-orang yang memberikan informasi yang benar. Memberikan informasi yang benar kepada seluruh unit kerja internal perusahaan dan dan terutama kepada masyarakat, akan membawa perkembangan dan kemajuan serta kredibilitas public terhadap perusahaan/instansi.

Selain menerapkan strategi Diskominfo juga melakukan tahap-tahap untuk merencanakan strategi desiminasi seperti yang dikatakan oleh Kabid. Informasi dan Komunikasi Publik Bapak Arief Fadillah yaitu:

“Tahap-tahap yang kami gunakan dalam merencanakan strategi yaitu kita melihat konteks dalam artian kami selalu mempertimbangkan dampak yang akan terjadi nanti, entah itu dampak negatif atau dampak positif ketika informasi tersebut disebarluaskan, namun sebelum itu kami kumpul semua data dari SKPD kami olah disini setelah itu kami fikir apa dampak positif dan negatif ketika informasi ini dipublikasikan di luar karena jangan sampai hal tersebut menjadi kendala bagi kami semua, maka dari itu berita tersebut kami analisis terlebih dahulu lalu kami olah dan setelah itu kami pertimbangkan baru kami publikasikan keluar. Kami juga mencoba memanfaatkan anak-anak SMA dalam menyebarkan informasi Pembangunan dengan media sosial yang mereka punya.”¹⁵

Berdasarkan kutipan wawancara diatas di jelaskan bahwa informasi yang didapatkan harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sebelum informasi tersebut di publikasikan setelah informasi atau berita siap untuk di publikasikan, maka langkah Diskominfo selanjutnya adalah melibatkan media, karena media memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

¹⁵ Arief Fadilah Amier, “wawancara”, Dinas Kominfo Luwu Timur, 16 Agustus 2017

Gambar 4.2



Proyek pembangunan jalan dan jembatan di Dusun Salociu, Desa Ussu, Kecamatan Malili, Luwu Timur

Kegiatan-kegiatan kehumasan yang dilakukan dalam hal penyampaian informasi terdiri atas beberapa program.

“ Dalam hal kegiatan kehumasan ada beberapa yang kami lakukan, kami mempunyai sarana Mobile Community Access Point (M-CAP), dan Mobile Pusat Layanan Internet Kecamatan (M-LIK), Layananan Media Center, dan sosialisasi program pemerintahan.¹⁶

a. Mobile Community Access Point (M-Cap) dan Mobile Pusat Layanan Internet Kecamatan (M-PLIK)

Mobile Community Access Point (M-Cap) dan Mobile Pusat Layanan Internet Kecamatan (M-PLIK) adalah fasilitas “layanan bergerak” teknologi informasi dan komunikasi yang menyediakan akses informasi dan pengetahuan yang berbasis internet yang bertujuan untuk memperluas jangkauan layanan akses informasi (internet) serta mengurangi kesenjangan digital bagi siswa-siswi/masyarakat yang belum terjangkau akses informasi.

¹⁶ Andy Murphy, “wawancara”, Dinas Kominfo Luwu Timur, 14 Agustus 2017

“Kami mempunyai sarana mobile community access point atau M-CAP yaitu mobil internet yang digunakan untuk siswa dengan secara gratis untuk mengakses situs-situs di internet untuk menambah referensi, wawasan dan pengetahuan siswa khususnya untuk sekolah yang ada di pelosok desa”.¹⁷

Sasaran M-CAP ditujukan terutama bagi kelompok pemuda, remaja, dan kaum pelajar, baik disekolah maupun luar sekolah, terutama kelompok warga masyarakat yang tidak memiliki akses/koneksi internet dan menjadi sumber pembelajaran mandiri. Bantuan mobil unit M-CAP yang merupakan bagian dari pemanfaatan di bidang ICT yang sungguh akan merupakan kebanggaan warga Luwu Timur bila dimaksimalkan dan di optimalkan fungsi dan manfaatnya.

b. Layanan Media Center

Media Center adalah salah satu pemanfaatan sarana Teknologi Informasi pada Dinas Komunikasi dan Informatika Luwu Timur, karena dipandang perlu perkembangan teknologi informasi sekarang ini semakin pesat, dimana setiap ada informasi yang ada di dunia ini bisa di peroleh dalam waktu yang relative singkat, dan salah satu konsep kota modern yang berbasis teknologi informasi adalah Cyber City yang kini telah banyak diterapkan di sejumlah kota-kota besar di seluruh pelosok dunia.

Teknologi Informasi sekarang ini, sangat membantu masyarakat dalam mencari informasi dengan menggunakan internet. Kehadiran internet dapat mengubah perilaku atau budaya sebagian besar warga kota dan pola-pola layanan konvensional menjadi layanan yang serba digital dan instan, dengan kelebihan itu pula, internet

¹⁷Arief Fadilah Amier, “wawancara”, Dinas Kominfo Luwu Timur, 16 Agustus 2017

diprediksikan akan semakin diminati oleh masyarakat sejalan dengan meningkatnya kebutuhan dan perkembangan Teknologi Informasi dan kedepan nanti sebagian besar masyarakat desa akan semakin bergantung pada internet untuk menjalani berbagai aktivitasnya, tolak ukurnya adalah kebutuhan masyarakat terhadap suatu pelayanan informasi dan komunikasi digital yang serba cepat, efisien, efektif.

Media Center ini juga diharapkan berfungsi bukan hanya untuk kepentingan pada Dinas Komunikasi dan Informatika Luwu Timur saja, akan tetapi di peruntukkan untuk kegiatan pemanfaatan informasi bagi masyarakat luas, khususnya siswa-siswi dan mahasiswa.

c. Sosialisasi Program Pemerintahan

Dinas Komunikasi dan Informatika melakukan tugas untuk mensosialisasikan program pemerintah kepada masyarakat.

“kita di Dinas Komunikasi dan Informatika di tugaskan untuk mensosialisasikan program pemerintah kepada masyarakat untuk diketahui masyarakat salah satunya yaitu informasi tentang pembangunan daerah dan informasi masalah kegiatan pemerintahan namun yang menjadi prioritas tetap, kesehatan, pendidikan, pertanian serta infrastruktur”.¹⁸

Bedasarkan kutipan wawancara diatas di jelaskan bahwa tidak hanya kegiatan pemerintahan yang dipublikasikan oleh Diskominfo melainkan tentang Pembangunan daerah seperti rumah layak huni bagi masyarakat miskin, lapangan berstandar nasional, mengembangkan kawasan transmigrasi, dan perbaikan pasar-pasar besar di setiap kecamatan.

¹⁸ Darwin, Ketua Panitia Sosialisasi Program Pemerintah, “wawancara”, Dinas Kominfo Luwu Timur, 16 Agustus 2017

C. Kendala yang dihadapi Diskominfo dalam meningkatkan pelayanan informasi pada masyarakat Kec. Malili Kab. Luwu Timur

Bedasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis, yang menjadi kendala Humas Diskominfo dalam meningkatkan pelayanan informasi pada masyarakat yaitu kurangnya tenaga kerja yang ahli dalam bidang Informasi dan Komunikasi Publik, tidak cukupnya sarana dan prasarana yang akan digunakan untuk memproses suatu berita dan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Pelaksanaan kegiatan kegiatan operasional M-CAP terdapat banyak kendala yang menjadi catatan dan perlu dievaluasi untuk pelaksanaan kegiatan selanjutnya, diantaranya adalah:

- a. Kecepatan (bandwidth) dalam mengakses internet/access point yang masih dianggap lambat, kendala signal CDMA dengan kapasitas 115 Kbps yang masih terputus-putus.
- b. Panduan manual dalam proses maintenance/service PC komputer dan software pendukungnya serta skema instalasi kabel mobil untuk kebutuhan PC komputer, perangkat audio video, link LAN dari HUB, instalasi listrik genset ke UPS/Stabilizer ke PC komputer.
- c. Keterbatasan tenaga operasional dilapangan, biasanya untuk pengoperasian M-CAP tersebut dibantu oleh para mahasiswa yang sedang melakukan Praktek

Lapangan, namun mereka pun tidak selamanya hadir karena mereka masih mengikuti beberapa mata kuliah di kampus mereka masing-masing.¹⁹

Untuk kegiatan media center yang menjadi kendala menurut pengelola media center yaitu:

- a. Ruangan yang masih sangat sempit untuk menempatkan berbagai perlengkapan pada media center dan pengguna media center sangat terbatas karena sempitnya ruangan tersebut untuk menampung para pengguna.
- b. Perlengkapan komputer untuk media center masih kurang, yaitu hanya 2 unit, sehingga pengguna atau pengunjung harus bergantian menggunakan perangkat tersebut.
- c. Sumber Daya Manusia (SDM) yang belum memadai untuk pembinaan media center, yaitu hanya 3 orang yang berkompeten di bidang informatika.²⁰

Media cetak warta Lutim dan sekaligus kekurangannya adalah:

- a. Media cetak warta Lutim diterbitkan dua kali dalam sebulan, sehingga banyak informasi tentang pemberitaan pemerintahan dan pembangunan tidak di muat di dalamnya.
- b. Penyebaran surat kabar selama ini diberikan kepada LPM yang mewakili masyarakat sehingga masih banyak masyarakat yang tidak terjangkau oleh informasi melalui surat kabar tersebut.

¹⁹Arief Fadilah Amier, "wawancara", Dinas Kominfo Luwu Timur, 16 Agustus 2017

²⁰ Arief Fadilah Amier, "wawancara", Dinas Kominfo Luwu Timur, 16 Agustus 2017

Untuk sosialisasi peraturan pemerintah yang menjadi kendala selama ini yaitu karena kegiatan sosialisasi tersebut pelaksanaannya pada tempat-tempat yang tertutup untuk masyarakat umum, seperti di aula-aula kecamatan sehingga peserta yang di hadirkan pada kegiatan tersebut sangat terbatas, hanya beberapa saja yang mewakili masyarakat umum sehingga masyarakat banyak yang tidak mengetahui akan hal sosialisasi pemerintah tersebut.

Hal tersebut juga di kuatkan oleh perkataan Kabid. Informasi dan Komunikasi Publik yaitu:

“Kami dalam menyampaikan sosialisasi pemerintahan kepada masyarakat dipedesaan hanya melakukannya di aula-aula kecamatan dan mengundang orang-orang tertentu (orang kepercayaan untuk menyampaikannya kepada masyarakat) dalam sosialisasi tersebut dikarenakan ruangan aula tidak memadai untuk banyak orang.”²¹

Dalam hal mengatasi kendala yang ada selama ini, untuk menyampaikan informasi atau kegiatan-kegiatan yang ada Diskominfo bekerja keras semaksimal mungkin dan bekerja sama dengan pegawai lainnya untuk mengatasi hal tersebut dengan menggunakan sarana yang ada dan memanfaatkan waktu semaksimal mungkin.

²¹ Arief Fadilah Amier, “wawancara”, Dinas Kominfo Luwu Timur, 16 Agustus 2017

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi dan kendala yang dihadapi Diskominfo dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat, melalui observasi dan wawancara mendalam, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Strategi Diskominfo dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat adalah memperbaiki kualitas pelayanan, antara media dengan masyarakat. Melakukan pendekatan komunikasi dengan mendatangi langsung orang-orang kepercayaan setiap desa-desa agar tidak ada lagi masyarakat yang ketinggalan informasi tentang program pemerintahan.
2. Kendala yang dihadapi Diskominfo dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat yaitu kurangnya sarana dan prasarana yang digunakan untuk mengolah informasi dan kurangnya SDM yang menjadi kendala utama Diskominfo dalam mengolah informasi, maka dari itu pihak Diskominfo harus pandai-pandai membagi tugas kepada rekan-rekan kerjanya.

B. Implikasi Penelitian

1. Diharapkan agar pihak Diskominfo dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat demi terciptanya hubungan yang baik antara masyarakat dengan pihak Diskominfo.

2. Pihak Diskominfo baiknya melakukan sosialisasi secara langsung dengan semua masyarakat dan juga memilih orang-orang yang benar-benar dapat dipercaya.
3. Dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat hendaknya pihak Diskominfo dapat menerima saran-saran dan meminimalisir kesalahan-kesalahan dalam memberikan informasi kepada masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro, Linggar. *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008.
- Asa, Arthur. *Media and Communication Reseach Method*. London: Sage Publication, 2000.
- Cholid, Narbuko, Achmad Abu. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Departemen, Agama RI. *Alquran dan Terjemahnya*. Bogor: Sabiq, 2009.
- Hardiansyah. *Kualitas Pelayanan Publik*. Jakarta: Gava Media, 2011.
- Interaksara, Tim. *Amandemen Undang-Undang Dasar 1946*, Jakarta: Karisma, 2008
- Koswara. *Dinamika Informasi dalam Era Global*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1998.
- Liliweri, Alo. *Komunikasi serba ada serba makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Mattew, Milles. *Analisa Data Kualitatif*. Jakarta: Ui Press, 1999
- Moore, Frazier. *Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: Remeja Rosdakarya Offset, 2005.
- Morissan. *Teori Komunikasi Organisasi*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2009.
- Nawawi, Hadari *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2011
- Onang, Uchjana Effedy. *Hubungan Masyarakat Suatu Study Komunilogis*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998.
- Ruslan, Rosady. *Etika Kehumasan, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Kiat dan Strategis Kampanye Publik Relation*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2007.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2014.
- Sinambela, Ujan Poltak. *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Shafiyyurrahman, Syaikh al-Mubarakfuri. *Shahih Tafsir Ibnu Katsir*, Jakarta: Pustaka Ibnu Katsir, 2011.
- Widjaja, H.A.W. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara, 1997.
- P. Siagian, Sondang, *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Zain, Muhammad Sultan Badudu. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2001.

Sumber Lain:

[Http://fitrianimaduddin.wordpress.com/2010/01/06/komunikasi-dan-hubungan-masyarakat/](http://fitrianimaduddin.wordpress.com/2010/01/06/komunikasi-dan-hubungan-masyarakat/) di akses pada tanggal 16/02/2017

Khairunnisa, Yunizhar “*Strategi Publik Relation PT. Telkom Indonesia TBK di Makassar dalam Menjaga Citra Perusahaan*”, *Skripsi* (Makassar, Jurusan Ilmu Komunikasi di UIN Alauddin Makassar, 2016)



L

A

M

P

I

R

A





Wawancara bersama Kabid.Informasi dan Komunikasi Publik



Kunjungan Bupati di PKM Parumpanai

ALA UDDIN
M A K A S S A R



Menyalurkan kembali Kartu Indonesia Sehat untuk masyarakat Lutim Kepada Bupati



Sosialisasikan pasar rakyat PNM

Dinas Keminfo Luwu Timur menambahkan 4 foto baru.

Bupati Luwu Timur Serahkan 679 Beasiswa Tahap III
Pemerintah Kabupaten Luwu Timur melalui Dinas Pendidikan kembali menyalurkan beasiswa bagi mahasiswa berprestasi dan bantuan pendidikan bagi mahasiswa kurang mampu tahap ketiga sebagai tindak lanjut mewujudkan program KP 1 di sektor pendidikan sesuai...

lainnya



Pemberian Beasiswa bagi Mahasiswa Lutim tahap 3

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
ALAUDDIN
M A K A S S A R

LAMPIRAN PERTANYAAN WAWANCARA

Daftar pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul **“Strategi Desiminasi Humas Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) dalam Meningkatkan Pelayanan Informasi Kepada Masyarakat Kec. Malili Kab. Luwu Timur”**. Berikut daftar pertanyaan wawancara:

Nama:

Umur:

1. Sudah berapa lama anda menjabat menjadi kepala Humas/pegawai di Diskominfo?
2. Bagaimana strategi Humas dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat?
3. Mengapa strategi tersebut yang anda pilih sebagai sebuah cara dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat?
4. Kendala apa saja yang anda hadapi dalam meningkatkan pelayanan informasi pada masyarakat?
5. Bagaimana tindakan anda dalam mengatasi kendala yang anda hadapi dalam meningkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat?
6. Dalam merencanakan strategi desiminasi dalam meingkatkan pelayanan informasi kepada masyarakat, tahap-tahap apa saja yang mesti dilakukan sebagai seorang Humas?
7. Dalam menjalankan tugas, bagaimana anda dan pegawai lainnya berkomunikasi?
8. Apakah dalam berpendapat para pegawai biasa terjadi kesalahpahaman?
9. Bagaimana interaksi komunikasi pegawai dengan masyarakat?
10. Dalam penyampaian informasi, media apa saja yang biasa anda gunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat?
11. Selama penyampaian informasi kepada masyarakat, adakah informasi yang biasa tidak tersampaikan?

DAFTAR RIWAYAT HDIUP



Nama lengkap Penulis adalah Risda Wulandari, lahir di Luwu Timur Provinsi Sulawesi Selatan, pada tanggal 13 Juni 1995. Penulis lahir dari, pasangan Bustang dan Astri. Tinggal di Luwu Timur, yang tepatnya beralamat di Andi Tabacina, Lr. 8 Barat, Ds. Margomulyo, Luwu Timur. Penulis menyelesaikan pendidikan Taman Kanak-kanak di TK Ganesa, Kertoraharjo pada tahun 2000 hingga pada tahun 2001 serta menamatkan sekolah dasar di SD Negeri 1 Kertoraharjo pada tahun 2001 dan lulus pada tahun 2007, lalu melanjutkan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Tomoni Timur pada tahun 2007 dan lulus pada tahun 2010, kemudian selanjutnya melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Tomoni Timur dari tahun 2010 dan lulus pada tahun 2013.

Penulis melanjutkan pendidikan dan diterima di UIN Alauddin Makassar untuk program Strata I / S1 pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan bergabung di angkatan 2013, hingga menyelesaikan pendidikan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi dan berfokus pada mata kuliah *Humas* untuk konsentrasi skripsi sebagai tugas akhir dalam memperoleh gelar sarjana pada tahun 2018.

Penulis berharap dengan kehadiran skripsi ini di tengah – tengah kita semua dapat menjadi tambahan referensi dan memperkaya khazanah lautan ilmu bagi para pelajar dan juga para pembaca untuk mengenal lebih banyak kekayaan ilmu komunikasi dan *Humas* tentunya, Terima Kasih. Wassalam